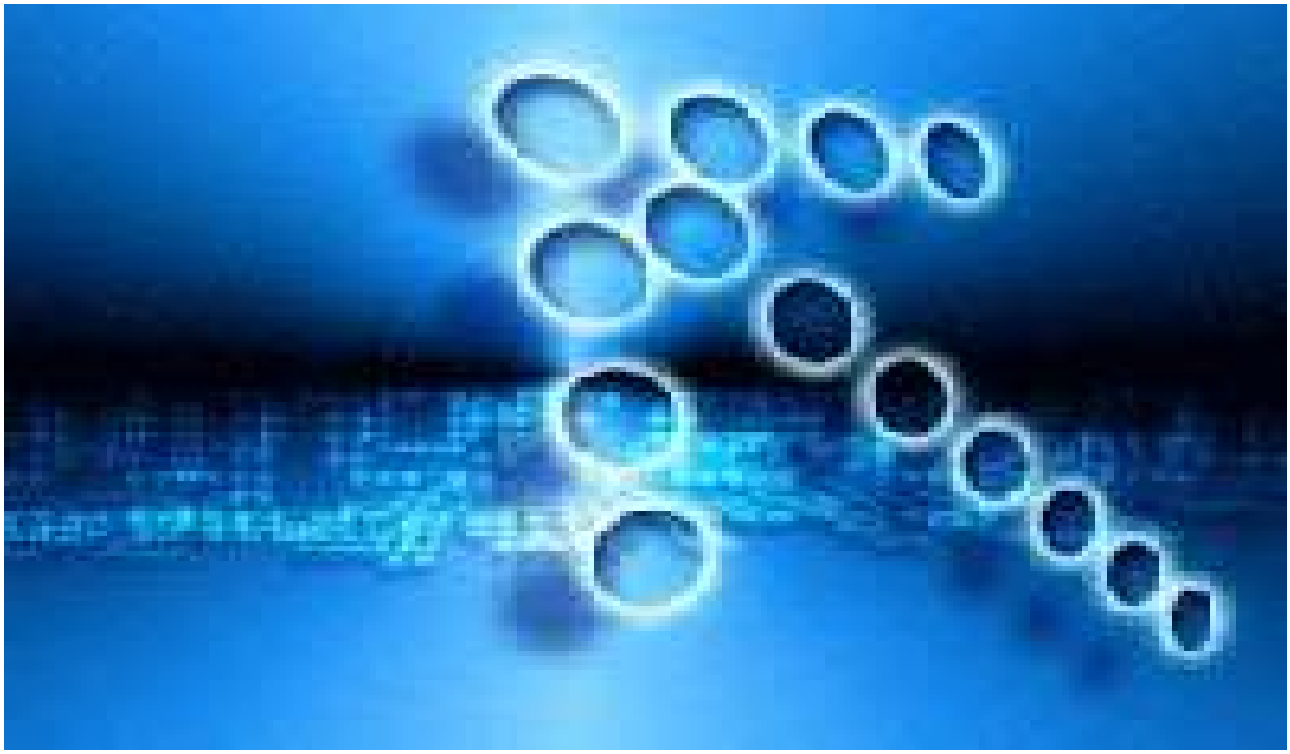
Молодіжний економічний вісник ХНЕУ ім. С. Кузнеця

№ 9

Електронний журнал

вересень 2015



ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ СЕМЕНА КУЗНЕЦЯ

Молодіжний економічний вісник ХНЕУ ім. С. Кузнеця

№ 9

вересень 2015

Електронний журнал

Виходить раз на місяць

Засновник – ХНЕУ ім. С. Кузнеця
Видавець – ФОП Лібуркіна Л. М.

Періодичність – щомісяця
Мова видання – українська, російська, англійська, французька, німецька

Затверджено на засіданні вченої ради університету протокол № 2 від 14.09.2015 р.

Засновано в січні 2015 року згідно з рішенням вченої ради

Редакційна колегія
Пономаренко В. С. – докт. екон. наук, професор ХНЕУ (головний редактор)

Афанасьєв М. В. – канд. екон. наук, професор ХНЕУ ім. С. Кузнеця
Внукова Н. М. – докт. екон. наук, професор ХНЕУ ім. С. Кузнеця
Гонтарева І. В. – докт. екон. наук, професор ХНЕУ ім. С. Кузнеця ***(науковий редактор)***
Гриньова В. М. – докт. екон. наук, професор ХНЕУ ім. С. Кузнеця
Дікань Л. В. – канд. екон. наук, професор ХНЕУ ім. С. Кузнеця
Дороніна М. С. – докт. екон. наук, професор ХНЕУ ім. С. Кузнеця
Дорохов О. В. – канд. техн. наук, професор ХНЕУ ім. С. Кузнеця
Іванов Ю. Б. – докт. екон. наук, професор Науково-дослідного центру індустріальних проблем розвитку НАН України
Кизим М. О. – докт. екон. наук, професор Науково-дослідного центру індустріальних проблем розвитку НАН України
Клебанова Т. С. – докт. екон. наук, професор ХНЕУ ім. С. Кузнеця
Малярець Л. М. – докт. екон. наук, професор ХНЕУ ім. С. Кузнеця
Назарова Г. В. – докт. екон. наук, професор ХНЕУ ім. С. Кузнеця
Орлов П. А. – докт. екон. наук, професор ХНЕУ ім. С. Кузнеця
Пилипенко А. А. – докт. екон. наук, професор ХНЕУ ім. С. Кузнеця ***(заступник головного редактора)***
Попов О. Є. – докт. екон. наук, професор ХНЕУ ім. С. Кузнеця
Пушкар О. І. – докт. екон. наук, професор ХНЕУ ім. С. Кузнеця
Ястремська О. М. – докт. екон. наук, професор ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Поштова адреса засновника:

61166, Україна, м. Харків, пр. Науки, 9а, ***Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця***

Головний редактор – ***Пономаренко В. С.*** *Конт. телефон: (057)702-03-04*

Поштова адреса редакції:
61166, Україна, м. Харків,
пров. Інженерний, 1а, 1 під'їзд
Тел.: *(057)702-07-38, 702-07-28*
E-mail: *vydav@hneu.edu.ua*

Поштова адреса видавця:
61001, Україна, м. Харків, а/с 870

Відповідальність за достовірність фактів, дат, назв, імен, прізвищ, цифрових даних, які наводяться, несуть автори статей.
Рішення про розміщення статті приймає редакційна колегія. У текст статті без узгодження з автором можуть бути внесені редакційні виправлення або скорочення.
Редакція залишає за собою право їх опублікування у вигляді коротких повідомлень і рефератів.

У разі копіювання чи передрукування матеріалів посилання на електронний журнал обов'язкове.

Свідоцтво про внесення до Державного реєстру суб'єктів видавничої справи ДК № 4853 від 20.02.2015 р.

© Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця, 2015

ЗМІСТ

Айметова О. В., Деревянченко А. О. Розпродаж товарів, сутність розпродажу, документальне оформлення і облік 11

Александрова А. І., Гаврашенко О. В. Особливості обліку надання різних видів знижок 13

Александрова А. І. Особливості бухгалтерського обліку в бюджетних установах та шляхи його реформування 15

Александрова А. И. Роль маркетинга в переходной экономике Украины 18

Алексенко М. І. Місце матеріальних ресурсів у логістичному циклі промислового підприємства 20

Арепьева В. А. Сравнение учета собственного капитала в зарубежной и отечественной практике 23

Барсученко А. С. Основні напрямки забезпечення економічної безпеки України 25

Барсученко А. С. Організація та здійснення внутрішнього фінансового моніторингу в комерційних банках України 29

Бащенко Н. Финансовая отчетность компаний по международным стандартам 31

Бистро В. В. Економічний зміст основних засобів та їх оцінка 34

Бистро В. В. Методичні підходи щодо аналізу ефективності використання основних засобів на підприємстві 37

Білаш А. В. Особливості сучасного екологічного туризму в Україні 40

Богомол В. В. Класифікація оборотних активів на сільськогосподарських підприємствах 43

Бойченко О. В. Управленческий учет в системе управления предприятием 47

Болдирєва А. С. Інноваційні дослідження – невід`ємна складова маркетингу на підприємстві 49

Болдирєва А. С., Харченко Т. В. Бухгалтерський облік біологічних активів в Україні 52

Болкун К. В. Особенности инвентаризации основных средств 54

Бондаренко Н. А. Географія туристичного потенціалу України 56

Буряк Ю. Є. Облік витрат на експлуатацію і ремонт автомобілів 60

Буряк Ю. Е., Херхадзе А. О. Выбор маркетинговых коммуникаций в зависимости от жизненного цикла организации 62

Буряк Ю. Е. Сравнительная характеристика методов начисления амортизации согласно национальным и международным стандартам 66

Бутнар Є. В. Особливості оподаткування сільськогосподарських підприємств: ПДВ, єдиний податок, плата за землю 69

Бутнарь Е. В. Использование маркетинговых коммуникаций
на предприятиях в Украине 72

Бырсану А. Э. Особенности лицензирования торговой
деятельности, отражение расходов на приобретение лицензий в учёте 75

Бырсану А. Э., Широносова А. О. Особенности учета
текущих обязательств 77

Васильченко І. В. Управління дебіторською заборгованістю підприємств 80

Вдовіченко А. С. Трактування економічної сутності основних
засобів та їх класифікації 83

Величко О. М. Організація та засади процесу внутрішнього аудиту
на підприємствах України....87

Вернигор Є. В. Аналіз ефективності використання
основних засобів на підприємстві....89

Вернигор Є. В. Особливості обліку основних засобів
та напрями його вдосконалення 94

Винюкова Д. Основные отличия П(С)БУ и МСФО по учету запасов 97

Возгрива А. С. Анімаційні програми як інструмент реалізації
анімаційного туризму....100

Войкова О. О. Удосконалення організації обліку
виробничих запасів малого підприємства....103

Войкова О. О., Нікіфорова А. О. Повернення товару:
особливості оформлення та обліку....105

Воронцова В. М., Давидович В. О. Торгівля у кредит
та у розстрочку: недоліки та переваги 107

Гаврашенко О. В., Александрова А. И. Отчет о финансовых результатах:
сравнительная характеристика НП(С)БУ и МСФО 110

Гаврашенко О. В. Основные направления модернизации
учета бюджетных учреждений в современных условиях 112

Гаврашенко О. В. Собственная торговая марка как фактор
повышения конкурентоспособности торговых розничных сетей....115

Галущак А. В. Підходи щодо визначення поняття
«дебіторська заборгованість»....118

Галущак А. В. Оцінка ефективності управління поточними
зобов'язаннями підприємства на основі таксономічного аналізу 120

Гамзаєва Е. М. Визначення завдань економічної безпеки підприємства 123

Гога І. Г. Оцінка ефективності використання запасів
за допомогою таксономічного аналізу....126

Голик О. М. Проблеми узгодження бухгалтерського обліку
та податкового обліку 130

Горобец Е. М., Ценцовская И. Е. Особенности учета доходов
и расходов сельскохозяйственной деятельности 132

Горобець О. І. Обліково-аналітичне забезпечення стійкого
розвитку підприємства....135

Гудзенко В. В. Особливості бухгалтерського обліку
в бюджетних установах і шляхи його вдосконалення.....137

Гузей Л. Международный учет затрат на производство.....139

Давидович В. О. Управління іміджем підприємства.....142

Діброва С. С. Порівняльний аналіз методів оцінки
виробничого потенціалу підприємства.....145

Духняк Т. А. Проблемы ведения и регулирования
бухгалтерского учета в Украине.....147

Єрмоленко Л. Г. Порівняльний аналіз кількісних методів
оцінки ризиків інвестиційного проекту.....149

Жилина Ю. П. Разработка комплексной технологии
оценки финансового состояния машиностроительных предприятий.....152

Зарицкая О. И. Бухгалтерский аутсорсинг: плюсы и минусы.....157

Захарова О. В. Застосування методу таксономічного
показника під час аналізу ефективності використання основних засобів.....159

Збараг Ю. Актуальные вопросы учета дебиторской
задолженности в соответствии с МСФО.....162

Ісмайлова В. В. Порівняння особливостей обліку товарів
в оптовій та роздрібній торгівлі.....164

Исмайлова В. В. Особенности налогообложения
юридических лиц-предпринимателей.....167

Іванова В. Є. Застосування таксономічного аналізу
при оцінці ефективності кредитних операцій банку.....170

Карпенко Т. В., Сергієнко В. В. Проблеми обліку кредитних
операцій у банківських установах.....174

Карпенко Т. В. Особливості обліку поточних біологічних
активів рослинництва.....176

Карпенко Т. В. Особливості обліку у бюджетних установах.....178

Карпенко Т. В. Переваги та недоліки оподаткування суб'єктів
малого підприємства на спрощеній системі.....180

Карпенко Т. В. Концепція інтегрованої маркетингової діяльності.....182

Кийко С. Механизм учета международных сделок
по объединению бизнеса.....184

Кириченко К. А. Проблемы адаптации финансовой отчетности
Украины в процессе перехода на международные стандарты.....187

Климюк А. Международная практика аутсорсинга и автоматизации
учёта как метод оптимизации затрат и увеличения
производительности на предприятиях малого бизнеса.....189

Коваленко М. Ю. Проблемні аспекти організації обліку
фінансових результатів підприємства.....192

Ковтун В. А. Проблемні аспекти ведення бухгалтерського
та податкового обліку основних засобів.....195

Козієв Д. О. Порівняльна характеристика обліку власного капіталу підприємства за МСФЗ та П(С)БО 197

Колмикова О. І. Мета, основні завдання та нормативне регулювання бухгалтерського обліку на сільськогосподарських підприємствах 200

Колмыкова О. И. Анализ сущности и видов рекламы 202

Конарева М. Д. Основные отличия бухгалтерского учета в бюджетных и коммерческих организациях 204

Конарева М. Д., Терехова Е. А. Проблемы внедрения электронного документооборота на современном этапе 207

Конарєва М. Д. Автоматизований облік торгових націнок на підприємствах роздрібної торгівлі 209

Кузьменко А. М. Формування фінансових результатів на торговельних підприємствах 211

Ларюхіна І. О. Алгоритм проведення фінансового аналізу діяльності бюджетної організації 214

Лобас Ю. С. Методичні підходи щодо аналізу фінансових результатів підприємств 216

Лозенко А. Є. Облік основних засобів у бюджетних установах 220

Леоненко А. О. Особливості аналізу ефективності використання основних засобів підприємства 222

Литвишко Т. В. Обліково-аналітичне забезпечення аналізу фінансового стану підприємства 224

Люба К. Г. Критична оцінка основних принципів обліку в зарубіжних країнах 228

Мариненко А. В. Необхідність маркетингового планування 230

Маркунас Л. А. Маркетинг как основа привлечения клиентов, или что хочет клиент 233

Маркунас Л. А. Бухгалтерський облік грошових потоків бюджетних установ 236

Мартель Г. О. Огляд сучасних методик прогнозування ймовірності банкрутства підприємств 239

Мартинова В. В. Формування методичного забезпечення конкурентного розвитку підприємства 242

Міняйленко К. О. Сучасні загрози фінансової безпеки комерційних банків України та методи їх управління 244

Мисюра А. В. Особливості обліку вендингових операцій 247

Монаршенко І. М. Визначення поняття фінансового стану підприємства 250

Мороз А. О. Маркетинг торгового каналу: підвищення ефективності 253

Морозова М. Сравнительная характеристика систем бухгалтерского учета в Италии и Украине 255

Нгуєн Біч Хонг. Особливості ісламської моделі бухгалтерського обліку 258

Недавняя А. В. Современные модели учета в зарубежных странах 261

Неймирок О. Ю. Методичний інструментарій оцінки ефективності діяльності підприємств.....264

Нерода А. Ю. Обґрунтування вибору методу обліку витрат і калькулювання собівартості сільськогосподарськими підприємствами України 266

Нікіфорова А. О., Войкова О. О. Порядок та нормативно-правове регулювання формування статутного капіталу банку 269

Нікітіна Г. Ю. Методичні підходи щодо аналізу ефективності використання основних засобів 271

Нікітіна Л. Ю. Аналіз рентабельності власного капіталу на основі економіко-математичного моделювання.....274

Нікіфорова А. О. Проблема вибору методів оцінки вибуття запасів на підприємствах малого бізнесу 277

Новікова М. В. Логістика як один із шляхів підвищення конкурентоспроможності продукції підприємства.....279

Онищенко В. П. Маркетингові прийоми в супермаркетах як засоби стимулювання збуту 281

Отлейкіна П. В. Порівняльний аналіз обліку запасів згідно з вимогами МСБО і національними стандартами.....284

Очередько Р. І., Стеценко К. М. Удосконалення обліку кредитних операцій банку.....286

Перепелиця К. Проблеми організації обліку запасів та шляхи їх подолання 289

Пивовар Ю. Ю. Сутність, облік і документальне оформлення розпродажу товарів.....290

Полищук Т. В. Социальные сети как инструмент маркетинга.....293

Полякова Я. М. Аналіз тенденцій розвитку рекламного ринку в Україні 296

Помазан Д. Г. Информационные сети в гостиничной сфере 298

Пидан И. С. Проблемы использования бухгалтерского баланса для принятия эффективного управленческого решения.....300

Піляєва О. В. Особливості обліку позабалансових рахунків 303

Піскун О. О. Удосконалення організації обліку розрахунків із оплати праці на комунальному підприємстві.....306

Плеханова К. К. Проблемні питання обліку розрахунків із покупцями та замовниками 308

Полиняк Ю. Ю. Процесний аспект змісту основних засобів: поняття, класифікація та оцінка 311

Полиняк Ю. Ю. Особливості реалізації товарів у роздрібній торгівлі з використанням дисконтних карток.....314

Поліщук Т. В. Облік доходів від операційної діяльності 316

Поліщук Т. В., Тріщова Д. А. Впровадження управлінського обліку у практику банків України 319

Половінкіна Я. Ю. Особливості формування та застосування системи збалансованих показників на аграрних підприємствах 321

Полякова Я. М., Давидович В. О. Особливості відображення в обліку депозитних операцій банку 326

Полякова Я. М. Порівняння особливостей обліку товарів в оптовій і роздрібній торгівлі 328

Полякова Я. М. Аналіз тенденцій розвитку рекламного ринку в Україні 331

Радченко Т. О. Общая система налогообложения для предпринимателей в Украине 334

Радченко Т. О. Страхование гражданской ответственности владельцев транспортных средств: виды, ставки, документальное оформление, учет 336

Рохліна Г. І. Формування антикризової стратегії підприємства 340

Рощупкіна М. С. Методичні підходи щодо удосконалення аналізу активів підприємства 343

Рябцева Я. Р. Облік, аналіз та аудит капітальних інвестицій 346

Светличная В. А. Исторический прогресс бухгалтерского учета в нынешней экономике Украины 349

Семененко К. Э., Филатова А. Е. Особенности учета международных перевозок 352

Семененко К. Э. Проблемы выбора методов выбытия запасов на предприятии 354

Симонян С. В. Проблемы современного маркетинга и их решение на основе превентивного подхода 357

Сиров В. В. Обґрунтування алгоритму вибору конкурентної стратегії 360

Скрипай А. С. Удосконалення методів стимулювання персоналу для підвищення ефективності роботи підприємства 363

Славгородська А. В. Особливості обліку фермерських господарств 366

Собакар М. В. Податкова соціальна пільга у 2014 році: правила застосування 368

Собакар М. В. Розвиток маркетингових досліджень в Україні 371

Сорокотяженко К. С. Ресурсозбереження як фактор підвищення ефективності функціонування підприємства 374

Старченко О. А. Сравнительная характеристика особенностей бухгалтерского учета в Украине и Польше 377

Стативка Е. А. Роль информационных технологий в бухгалтерском и налоговом учете 379

Степаненко А. В. Облікова політика щодо оборотних активів: теоретичні аспекти та роль у ефективному управлінні підприємством 382

Очередько Р. І., Стеценко К. М. Удосконалення комунікаційної політики на підприємстві.....384

Столяренко В. В. Сравнительная характеристика моделей бухгалтерского учета.....387

Столярова А. О. Порівняльний аналіз ведення бухгалтерського обліку в Україні та Німеччині.....389

Терехова Е. А. Особенности учета кассовых и фактических расходов бюджетных организаций.....391

Терехова К. А. Особливості обліку паливно-мастильних матеріалів.....394

Тертична Ю. М. Аналіз фінансового стану підприємства: методичні підходи та шляхи вдосконалення.....396

Тимченко А. І. Облік нематеріальних активів у вітчизняній і зарубіжній практиці.....398

Ткаченко Ю. А. Особенности оценки нематериальных активов.....400

Ткаченко Ю. О., Ценко О. В. Особливості формування капіталу комерційного банку в Україні.....403

Ткачук А. В. Основні засоби в обліковій політиці підприємства.....405

Тріщова Д. А. Державна підтримка малого бізнесу в Україні.....407

Тріщова Д. А. Роздрібна торгівля товарами через торгові автомати.....410

Трещева Д. А. Увеличение продаж в розничной торговле средствами мерчандайзинга.....413

Трут І. Ю. Інновації у туризмі.....416

Харченко Т. В. Особливості обліку доходів і витрат комерційних банків.....418

Херхадзе А. О. Повернення товару: особливості оформлення та обліку.....421

Херхадзе А. О. Проблема выбора метода начисления амортизации основных средств на предприятиях малого бизнеса.....424

Хижняк Р. В. Маркетинговые исследования предприятия.....426

Хижняк Р. В. Инвентаризация, выявление недостачи и учет инвентаризационных расхождений.....429

Хижняк Р. В., Худокормова А. А. Порядок проведения инвентаризации и особенности отображения ее результатов в учете на торговом предприятии.....432

Ходжакулыева С. К. Формирование в ситеме учета и анализа информации о финансовом состоянии предприятия.....434

Христенко А. М. Облік витрат і результатів діяльності торговельних підприємств.....437

Христенко А. М. Сутність і принципи маркетингового аудиту.....439

Христенко А. М. Сутність і значення дебіторської заборгованості у вітчизняній практиці з урахуванням західного досвіду.....442

Худокормова А. О. Проблема выбора метода оценки выбытия запасов на предприятиях.....445

Худокормова А. О. Проблеми та особливості формування і розвитку брендингу в Україні 448

Худокормова А. О. Особливості і тенденції функціонування банківської системи України 451

Худокормова А. О., Хижняк Р. В. Організація обліку дебіторської заборгованості на підприємстві 453

Ценко Е. В. Учетные аспекты ликвидации основных средств на предприятиях 455

Ценко Е. В. Ценообразование как элемент рыночной экономики....458

Ценко Е. В., Ткаченко Ю. А. Материальная ответственность работников в торговле 461

Ценцовская И. Е., Горобец Е. М. Финансовый результат и его значение для предприятия 463

Чайка А. В. Учетно-аналитическое обеспечение системы управления предприятем 466

Чан Тхі Мінь Нгок. Сутність трудових ресурсів сільськогосподарських підприємств 469

Чеперис Ю. С. Зарубежный опыт учета дебиторской задолженности 471

Черкашина О. Г. Проблема мотивації при організації оплати праці на малому підприємстві 474

Черкашина О. Г. Сутність і особливості облікового забезпечення державної підтримки аграрного сектора економіки 476

Чернозьомова К. О. Напрямки інноваційної діяльності у сфері туризму....479

Чирченко О. А. Бенчмаркінг як інструмент підвищення конкурентоспроможності підприємства....481

Шаповалов М. В. Бухгалтерський облік та аналіз дебіторської заборгованості 484

Широносова А. О. Гарантийный ремонт и обмен на предприятиях торговли....486

Широносова А. О., Бирсану А. Е. Особливості депозитних операції комерційних банків 489

Шпичка А. Сравнительная характеристика бухгалтерского учета Украины и Франции....491

Щука А. Л. Информационные технологии и интернет как средство информационного обеспечения в туризме....494

Шудра Л. О. Бухгалтерський аутсорсинг як фактор ефективного функціонування підприємства у кризових умовах....498

Шурмиль М. И. Современное состояние учета капитальных инвестиций в Украине и его реформирование по МСФО 500

Ющенко С. В. Особливості складання та розподілу балансу бюджетних установ 502

Ярмішко С. В. Методичні підходи щодо визначення поняття «дебіторська заборгованість»....505

РОЗПРОДАЖ ТОВАРІВ, СУТНІСТЬ РОЗПРОДАЖУ, ДОКУМЕНТАЛЬНЕ ОФОРМЛЕННЯ І ОБЛІК

УДК 339.187.2:366.543

Айметова О. В.
Деревянченко А.О.

Студенти 3 курсу
факультету обліку і аудиту ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Обґрунтовано вимоги щодо ведення розпродажу товарів. Розкрито сутність розпродажу та документальне оформлення обліку товарів зі знижкою на підприємствах. Розглянуто Закон «Про захист прав споживачів» та передбачені ним вимоги до ціни під час акції.*

Ключові слова: *розпродаж, знижки, уцінка, націнка, споживачі, облік, товари.*

Аннотация. *Обоснованы требования по ведению распродажи товаров. Раскрыта сущность распродажи и документальное оформление учета товаров со скидкой на предприятиях. Рассмотрен Закон «О защите прав потребителей» и предусмотреные им требования к цене во время акции.*

Ключевые слова: *распродажа, скидки, уценка, наценка, потребители, учет, товары.*

Annotation. *In the article reasonable requirement on the conduct of sale of commodities. Essence of sale and documentary registration of account of commodities are exposed with a discount on enterprises. "Law is considered on the protection of consumers" and requirements are envisaged to them to the price during an action.*

Keywords: *sale, discounts, markdowns, margin, consumers, account, commodities.*

З метою стимулювання та підтримки збуту товарів підприємство приймає рішення про застосування у своїй діяльності системи розпродажу та знижок. Ефективність продажу товарів зі знижкою досягається завдяки збільшенню реалізації товару у разі зниження ціни і збільшення реалізації інших товарів від залучення додаткових покупців. В цілому розпродаж припускає продаж товарів із пониженою ціною: основною метою є звільнення складу від старого товару і наповнення його новим асортиментом [1]. Також іноді так трапляється, що сезон розпродажів настає під час закриття магазину. Іноді зниження ціни може доходити до чистої собівартості товарів. Цьому питанню присвятили свої роботи такі учені, як Гончарук Я. А., Мазаракі А. А., Новіков М. Л., Апопій В. В. [2]. Юридично розпродаж регламентується двома основними законами – «Про захист прав споживачів» і «Про рекламу».

У ч. 3 ст. 15 Закону України «Про захист прав споживачів» від 12.05.1991 № 1023-XII передбачено вимоги до ціни під час акції:

1) продавець обов'язково зазначає ціну одиниці такої продукції;

2) написи щодо ціни реалізації продукції мають бути чіткими і простими для розуміння;

3) ціна продукції повинна включати в себе всі податки та неподаткові обов'язкові платежі, які споживач згідно із законодавством сплачує під час придбання відповідної продукції.

Розпродаж – це продаж товарів за зниженими цінами протягом певного часу. Надання знижок може притягнути нових клієнтів, допомогти утримати старих а також зацікавити їх усіх. Після початку розпродажу або використання пониження вартості необхідно, щоб споживачі дізналися про те, що сталося зменшення цени. Краще за все діє реклама, в якій показана минула ціна (до розпродажу) та теперішня (встановлена на момент розпродажу). Недоліком тимчасового зниження ціни є те, що воно не приводить до створення кола надійної та постійної клієнтури, а лише стимулює покупців на певний час, і вони «кидаються» на товар зі зниженою ціною. Перевага полягає у можливості заздалегідь оцінити вартість такої операції та організувати її у простій формі, максимально скоротивши цим термін продажу.

Перед розпродажем на підприємстві необхідно видати наказ, який буде регламентувати порядок і умови продажу товарів за зниженими цінами. Наказ підписує керівництво підприємства, після чого створюється комісія для проведення інвентаризації товарів, ціни на які мають бути знижені [3]. Зниження ціни товару в бухгалтерському обліку передбачено Положенням (стандартом) бухгалтерського обліку 9 «Запаси» [4]. Відповідно до якого у випадку, якщо на дату балансу ціна запасів знизилася або вони зіпсовані, застаріли або іншим способом втратили первісно очікувану економічну вигоду, тоді запаси відображуються за чистою вартістю реалізації. Знижка представляє собою різницю між первинною вартістю запасів і їх чистою вартістю реалізації.

© Айметова О. В., Деревянченко А.О., 2015

Під час організації активних методів продажу товарів важливе значення має психологічний вплив на покупця з метою нав'язати йому товар. Добре продумана стратегія дозволить збільшити обсяги продажу, позбутися неліквідного товару, реалізувати сезонний товар. Існує дуже багато видів знижок, серед яких бонусна, оптова, торгова, сезонна. Розглянемо сезонний розпродаж товарів, який здійснюється два рази на рік: в лютому або квітні (по товарах осінньо-зимового асортименту) та серпні або жовтні (по товарах весняно-літнього асортименту). Припадає початок розпродажу на перше число місяця (або перший робочий день місяця) і встановлюється з урахуванням природно-кліматичних умов регіону. Як правило, розпродаж триває один місяць. У публічному договорі (оголошенні) обов'язково зазначається ціна до початку розпродажу, сума знижки та ціна, за якою товар розпродається (найкраще зазначити окремо ціну без податку на додану вартість, сам податок і ціну з ПДВ).

Після проведення здійснюється заміна цін: попередні закреслюються, і позначаються нові на ярликах (цінниках), упаковці. Ціна змінюється на кожній одиниці товару та засвідчується підписом працівника, відповідального за формування, встановлення або застосування цін. Якщо старі ціни закреслити неможливо, нові ціни наклеюються безпосередньо на попередні. Зважаючи на те, що підприємство самостійно приймає рішення щодо ведення обліку реалізації товарів за умов розпродажу, доречно ввести аналітичні рахунки до рахунку 702 «Дохід від реалізації товарів»:

1) 7021 «Дохід від роздрібної торгівлі»
- 7021.1 «Дохід від роздрібної реалізації товарів»;
- 7021.2 «Дохід від роздрібної реалізації товарів зі знижками»;
- 7021.3 «Дохід від роздрібної реалізації товарів у період розпродажу»;
- 7021.4 «Дохід від роздрібної реалізації товарів за іншими заходами стимулювання».

2) 7022 «Дохід від оптової торгівлі»
- 7022.1 «Дохід від оптової реалізації товарів»;
- 7022.2 «Дохід від оптової реалізації товарів зі знижками»;
- 7022.3 «Дохід від оптової реалізації товарів у період розпродажу»;
- 7022.4 «Дохід від оптової реалізації товарів за іншими заходами стимулювання».

Таким чином, з'являється можливість виділити з усього доходу торговельного підприємства дохід від реалізації товарів шляхом розпродажу.

Перед початком акції підприємство оформлює його документально — тоді у майбутньому не треба доводити контролюючим органам виникнення звичайної ціни. Наказ затверджується керівником. У документах зазначають: мету розпродажу, термін проведення акції та розмір знижки.

Показання зниження ціни залежить від методу вибуття запасів.

Якщо підприємство здійснює оцінку вибуття товарів за методом ідентифікованої собівартості, середньозваженої собівартості, ФІФО або нормативних затрат, тоді послідовність дій така, в разі якщо проводилася уцінка: сума, на яку первісна вартість перевищує чисту вартість реалізації, списується на витрати звітного періоду. Коли товари на підприємстві обліковуються за цінами продажу, тоді тут така картина: спочатку слід списати торгову націнку, що розпродається такою кореспонденцією Дт 285 «Торгова націнка» Кт 282 «Товари в торгівлі», потім необхідно списати собівартість реалізованих товарів Дт 902 «Собівартість реалізованих товарів» Кт 282, потім списати ТЗВ, що відносяться до реалізованих товарів кореспонденцією Дт 902 Кт 289. І, звичайно ж, потрібно списати дохід та собівартість на фінансові результати Дт 702 Кт 791 «Результат операційної діяльності» та Дт 791 Кт 902 [2]. Так, облік реалізації товарів за видами знижок, розпродажем, іншими активізаційними заходами для цілей управління розпродажем товарів треба відокремлювати, фіксуючи дані.

Після проведенного аналізу можна дійти висновку, що розпродаж є маркетинговим методом зниження цін на надлишки товарів для їх швидкої реалізації. На сьогодні існують проблеми щодо удосконалення обліково-інформаційного забезпечення управління процесом реалізації товарів за умов розпродажу, вирішення яких дасть можливість значно підвищити прибутковість торговельної діяльності вітчизняних підприємств.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Пасенко Н. С.

Література: 1. Маляревський Ю. Д. Облік у галузях виробництва та послуг : навч. посіб. / Ю. Д. Маляревський, М. С. Горяєва, Н. С. Пасенко. – Харків : Вид-во ХНЕУ, 2012. – 400 с. **2.** Апопій В. В. Організація торгівлі : навч. посіб. / В. В. Апопій, І. П. Міщук, В. М. Робицький. – Київ : Центр учб. літ., 2009. – 632 с. **3.** Апопій В. В. Комерційна діяльність на ринку товарів та послуг / В. В. Апопій, С. Г. Бабенко, Я. А. Гончарук. – Київ : Укоопосвіта, 2002. – 458 с. **4.** Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 9 «Запаси» [Електронний ресурс] : Наказ Міністерства фінансів України від 20.10.1999 № 246. – Режим доступу : http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/z0751-99. **5.** Розпродаж

сезонних товарів [Електронний ресурс] // Дебет-Кредит № 29 від 17.07.2006. – Режим доступу : http://dtkt.com.ua/show/1cid12630.html?lang=ukr.

ОСОБЛИВОСТІ ОБЛІКУ НАДАННЯ РІЗНИХ ВИДІВ ЗНИЖОК

УДК 657.471.66

Александрова А. І.
Гаврашенко О. В.

Студенти 3 курсу
факультету обліку і аудиту ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Розглянуто поняття знижок та сфери використання різних їх видів. Визначено особливості відображення бухгалтерських операцій із надання знижок. Проведено аналіз літературних джерел, на основі чого запропоновано класифікацію знижок за рядом ознак.*

Ключові слова: *знижка, покупець, продавець, бухгалтерські операції, торгівля.*

Аннотация. *Рассмотрено понятие скидок, а также обозначены сферы использования разных их видов. Определены особенности отображения бухгалтерских операций по предоставлению скидок. Проведен анализ литературных источников, на основе чего предложена классификация скидок по ряду признаков.*

Ключевые слова: *скидка, покупатель, продавець, бухгалтерские операции, торговля.*

Annotation. *The notion of discounts and scope using different species. The features reflect accounting operations discounts. The analysis of the literature, based on what classification discounts on several grounds.*

Keywords: *discount, the buyer, the seller, accounting operations, trade.*

Постачальники можуть надавати торговим підприємствам знижки з відпускної ціни товарів, а підприємства, у свою чергу, надають знижку споживачам. Знижки є своєрідним інструментом для залучення нових покупців, заохочення постійних клієнтів, збільшення рівня продажів, Таким інструментом користуються більшість суб'єктів господарювання, які зацікавлені в ефективному збуті своєї продукції (товарів, робіт, послуг). Тому для них актуальним є питання про правила відображення знижок у бухгалтерському обліку.

Практика свідчить про використання різних видів знижок, які відрізняються за формою надання (товарна, грошова), способом розрахунку (відсоткові, фіксовані, бонуси, уступки, заліки), умовами отримання (придбання продукції визначеного обсягу, придбання у визначений час) тощо. Застосування знижки є звичною справою, однак розуміння її значення серед покупців та продавців залишається відмінним.

Актуальність дослідження цієї проблеми зумовлена відсутністю чіткого визначення економічної сутності знижки та єдиного порядку розрахунку доцільності її надання з подальшим відображенням на рахунках бухгалтерського обліку.

Ця проблема була розглянута багатьма вченими, такими як Бутинець Ф. Ф., Сопко В. В., Білова Н. В., Грабова Н. М., Самарченко Є. Н., Короп А. Б. та ін. Огляд літератури показав, що вчені досліджують методологічні і практичні питання бухгалтерського обліку в торгівлі, але такому аспекту, як надання знижок покупцям як інструменту збільшення рівня продажів та відображення цих операцій в обліку, присвячено недостатньо робіт.

Метою цієї статті є розкриття теоретичних і практичних питань бухгалтерського обліку торговельних знижок.

Предметом дослідження є надання та відображення в обліку торгових знижок.

Об'єктом дослідження обрано облік торгових знижок на підприємстві.

У сучасній роздрібній торгівлі великі супермаркети й інші магазини роздрібної торгівлі зі значним вибором товарів все частіше звертаються до такого методу залучення покупців, як надання всіляких торгових знижок. За-

© Александрова А. І., Гаврашенко О. В., 2015

стосування вказаного методу часто дає можливість отримувати додатковий прибуток за рахунок збільшення товарообігу.

Знижка – це умова договору, що визначає розмір зменшення базової ціни товару, яка вказана у договорі. Загалом – це частина ціни товару, яку підприємства-виробники можуть встановлювати для стимулювання та підвищення зацікавленості підприємств – реалізаторів у збуті їх продукції. Цінові знижки носять добровільний характер. Вони не є обов'язковими та можуть надаватися не тільки фірмою-виробником, а й торговою організацією у певному конкретному випадку [1].

Підприємства роздрібної торгівлі під час формування ціни продажу на товар використовують, в основному, метод торговельної націнки. Націнка встановлюється у відсотках до обороту, і саме за її рахунок перекриваються витрати, пов'язані з реалізацією товару, і прибуток.

Розмір знижок залежить від умов постачання і платежу, характеру угоди, взаємовідносин із покупцями і кон'юнктури ринку під час укладання угоди. Зараз у практиці міжнародної торгівлі використовується близько 20 різних видів знижок. Розмір знижок формується залежно від видів договорів та встановлюється кожним торговельним підприємством відповідно до планових або фактичних показників за місяць або квартал [2].

Згідно з ч. 4 ст. 15 Закону України «Про захист прав споживачів» від 12.05.1991 № 1023-XII використання понять «знижки» або «знижена ціна» чи інших аналогічних їм понять дозволяється тільки, якщо:

- вони застосовуються до продукції, що реалізується безпосередньо суб'єктом господарювання;
- така знижка, або зменшення ціни надаються протягом певного та обмеженого періоду часу;
- ціна продукції нижча, ніж її звичайна ціна [3].

Існують різні види знижок. Так, Н. Білова пропонує таку класифікацію знижок:

- рекламні;
- дисконтні;
- прогресивні;
- сезонні знижки та розпродажі;
- святкові знижки та знижки вихідного дня;
- знижки на товари, що мають найменший попит [4, с. 19].

Для привертання уваги покупців до свого товару та стимулювання постійних клієнтів продавці використовують такі варіанти:

- надання знижок у момент продажу товару. За такого варіанта покупець отримує знижку відразу, наприклад, за дисконтною пластиковою карткою, за флаєром або внаслідок моментального розіграшу розміру знижки за допомогою лототрона;
- надання знижок після продажу товару. Типовим прикладом таких знижок є знижки «сконто» — знижки за оплату раніше встановленого строку. Ці знижки характерні для оптових продавців, але в окремих випадках їх застосовують і в роздрібній торгівлі, наприклад, під час продажу товару з відстроченням платежу.

Розглянемо детальніше облік знижок із ціни товарів, що надаються після дати реалізації. Особливістю обліку торговельних знижок у зарубіжних країнах є те, що вони пов'язуються не з певними видами товарів, а з термінами сплати рахунків. Якщо підприємство сплачує рахунки контрагента раніше обумовленого терміну, воно отримує знижку та сплачує меншу суму (прострочення платежу тягне за собою сплату пені). Такий підхід призводить до формування за кожним видом товару двох видів цін: брутто — ціна, що вказана у товарному документі (рахункові, фактурі, накладній), та нетто — брутто-ціна за мінусом знижки за дострокову оплату.

Так як знижка надається покупцеві після дати реалізації товару, і покупець не може знати фактичну вартість його придбання (зі знижкою чи без неї), то він придбає такий товар за вартістю, яка зазначена в документі постачальника з подальшим коригуванням на суму наданої знижки.

У постачальника на суму знижок, які надані покупцям за дострокову оплату товарів, зменшується дохід від реалізації. В обліку це відображається у складі інших вирахувань із доходу на субрахунку 704 «Вирахування з доходу». По дебету цього субрахунку відображається сума наданих знижок, а по кредиту — списання суми вирахувань із доходу на фінансові результати (дебет субрахунку 791 «Результати операційної діяльності») [5, с. 82].

У бухгалтерському обліку на суму знижки, що надається покупцю, робиться запис: дебет-рахунок 285 «Торгова націнка», кредит-рахунок 282 «Товари в торгівлі».

При цьому розрахунок середнього відсотка торгової націнки та собівартості реалізованих протягом місяця товарів проводиться з урахуванням сум знижок, наданих покупцям.

Всі види знижок із точки зору бухгалтерського обліку відносять до однієї з трьох груп:

1) ті, що коригують ціну продажу;

2) ті, що обліковуються як витрати підприємства;

3) ті, що відносять до вирахувань із доходу.

Залежно від цього знижки будуть обліковуватися на різних бухгалтерських рахунках та по-різному відображатися у звітності підприємства (табл. 1) [6].

Таблиця 1

Порядок відображення знижок у бухгалтерському обліку

Вид знижки	Субрахунок	Застосування
Комерційні витрати	Рахунок 93 «Витрати на збут». Рахунок 92 «Адміністративні витрати»	Включають до складу витрат. Дають право на податки
Вирахування з доходу	Субрахунок 704 «Вирахування з доходу»	Коригують у бік зменшення доходи, а також забов'язання з ПДВ (у разі дотримання певних умов)
Зменшення доходу	Зменшення доходу за рахунком 70 «Дохід від реалізації»	Призводить до зменшення суми доходу та податкового забов'язання з ПДВ

Отже, порядок відображення знижок у бухгалтерському обліку залежить від того, до якої з класифікаційних груп належить певний вид знижки. Так, знижки, що спричиняють зменшення ціни продажу товарів, тобто надаються в момент реалізації, впливають на суму доходу, який відображається у бухгалтерському обліку за кредитом рахунку 70 "Дохід від реалізації". Собівартість товарів, реалізованих зі знижкою, при цьому визначається згідно з п. 24 П(С)БО 9 за найменшою з двох оцінок: первісною вартістю або чистою вартістю реалізації. Отже, сума знижки не впливає на обчислення собівартості реалізованих товарів навіть у тому разі, якщо надана знижка перевищує розмір торгової націнки за цією категорією товарів.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Пасенко Н. С.

Література: 1. Електронна бібліотека «Навчальні матеріали онлайн» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://pidruchniki.com/10560412/marketing/torgovi_znizhki_nadbavki. **2.** Довідкова Система по законодавству України ІАС «Парус-Консультант» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://consultant.parus.ua/_d.asp?r=03VX271fc9741bd7594f845fe455a741f8e0e. **3.** Про захист прав споживачів [Електронний ресурс] : Закон України від 12.05.91 № 1023-XII. – Режим доступу : http://www.min.gov.ua. **4.** Білова Н. Знижки та розпродажі: правила відображення в обліку [Електронний ресурс] / Н. Білова // Податки та бухгалтерський облік. – 2009. – № 87. – С. 19–22. – Режим доступу : http://www.nibu.factor.ua/ukr/golden/doc. html?id=10485 **5.** Маляревський Ю. Д. Облік у галузях виробництва і послуг : навч. посіб. / Ю. Д. Маляревський, М. С. Горяєва, Н. С. Пасенко. – Харків : ВД «ІНЖЕК», 2008. – 616 с. **6.** Атамас П. Бухгалтерський облік в галузях економіки : навч. посіб. / П. Атамас. – Київ : Знання, 2012. – 392 с.

ОСОБЛИВОСТІ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ В БЮДЖЕТНИХ УСТАНОВАХ ТА ШЛЯХИ ЙОГО РЕФОРМУВАННЯ

УДК 657.3(477)

Александрова А. І.

Студент 3 курсу
факультету обліку і аудиту ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Проаналізовано передумови та необхідність реформування обліку в бюджетних установах України. Досліджено зміни з урахуванням зарубіжного досвіду та теоретичні основи обліку виконання державного бюджету. Розглянуто шляхи удосконалення обліку в бюджетних установах.*

© Александрова А. І., 2015

Ключові слова: *бухгалтерський облік, бюджетні установи, реформування, стратегія модернізації системи обліку в державному секторі, Державне казначейство України.*

Аннотация. *Проанализированы предпосылки и необходимость реформирования учета в бюджетных учреждениях Украины. Исследованы изменения с учетом зарубежного опыта и теоретические основы учета выполнения государственного бюджета. Рассмотрены пути совершенствования учета в бюджетных учреждениях.*

Ключевые слова: *бухгалтерский учет, бюджетные учреждения, реформирование, стратегия модернизации системы учета в государственном секторе, Государственное казначейство Украины.*

Annotation. *Analyzed the background and necessity of reforming budgetary institutions registered in Ukraine. The changes on the basis of international experience and theoretical basis of accounting budget execution. The ways of improvement of accounting in budgetary institutions.*

Keywords: *accounting, public institutions, reform, strategy modernization of accounting in the public sector, the State Treasury of Ukraine.*

На сучасному етапі реформування нормативно-правової бази з питань бухгалтерського обліку використання бюджетних коштів у центрі уваги перебувають органи державного сектора, вагому частку у структурі яких займають бюджетні установи.

У бюджетних установах іде активний пошук нових методів ведення бухгалтерського обліку, що дозволяє враховувати зміни в економіці, а це позитивно впливатиме на роботу бюджетних установ.

Актуальність теми полягає у тому, що велика кількість організацій і установ в Україні виконують різні функції, не пов'язані з комерційною діяльністю, а найбільшу частину з них становлять установи й організації, які повністю або частково утримуються за рахунок коштів державного й місцевих бюджетів та надають послуги переважно нематеріального характеру. Отже, ця сфера потребує особливої уваги щодо ефективності та раціональності використання бюджетних коштів. Дослідження основних принципів бюджетного обліку та його певних особливостей сприятиме розробці нових шляхів удосконалення та покращення облікового процесу.

Особливості бухгалтерського обліку в бюджетних установах розглянуто у працях відомих вітчизняних науковців: М. Т. Білухи, С. Ф. Голова, Р. Т. Джоги, Л. Я. Корецького, А.Н. Кузьминського, С. В. Свірко, С. Я. Зубілевич, О. О. Чечуліної та ін. Проте це питання не втратило актуальності та залишає за собою цілий перелік невирішених проблемних питань.

Мета статті – дослідити особливості бюджетного обліку, визначити його необхідність та запропонувати шляхи удосконалення.

Об'єктом статті виступає бухгалтерський облік у бюджетних установах.

Предмет статті – фінансово-господарська діяльність установи, яка спрямована на виконання функцій держави та процес виконання бюджету.

Основний напрям діяльності бюджетних установ лежить у задоволенні соціальних та культурних потреб суспільства та держави. Відповідно до Бюджетного кодексу України бюджетна установа – це заклад, установа чи організація, яка створена органами державної влади та здійснює свою діяльність виключно за рахунок коштів, що надходять із державного чи місцевого бюджетів [1].

Бухгалтерський облік виконання державного бюджету, реалізація ефективної облікової політики у сфері державних фінансів та питання автоматизації бухгалтерського обліку за умов переходу економіки до ринкових відносин посідають достатньо важливе місце у процесі регулювання економічного розвитку держави. Світовий досвід переконує, що найдоцільніше організаційно зосередити функції, пов'язані з бухгалтерським обліком виконання державного бюджету в системі органів державного казначейства, які мають стати «головним бухгалтером» країни.

За останні роки в бюджетній сфері відбулись значні перетворення. Зокрема, змінилось у цілому бюджетне законодавство, внаслідок чого легалізовано казначейське обслуговування бюджету, створено централізовану модель управління державними ресурсами через єдиний казначейський рахунок, що дозволило поєднати ресурси всіх суб'єктів сектора державного управління, запроваджено облік зобов'язань розпорядників коштів у системі органів казначейства. Перелічені заходи – це кроки в напрямку загальної зміни підходу до планування бюджетних показників, що зумовлює зміну ідеології бюджетного процесу та порядку відображення обліку та звітності в бюджетних установах. Саме це є фундаментом реформування в бухгалтерській галузі.

Україна успішно наближається до запровадження міжнародних стандартів. Постановою Кабінету Міністрів України від 16 січня 2007 р. № 34 було затверджено Стратегію модернізації системи бухгалтерського обліку в державному секторі. У ній передбачено ті глобальні перетворення облікових систем, що відбуваються сьогодні в європейських і постсоціалістичних країнах, окреслено основні завдання щодо удосконалення методології та перехід на

єдині методологічні засади бухгалтерського обліку і звітності, а також створення уніфікованого організаційного та інформаційного забезпечення бухгалтерського обліку.

Особливості функціонування установ бюджетної сфери зумовлюють необхідність дослідження нових методологічних та організаційних підходів до ведення бухгалтерського обліку, оскільки специфіка їх діяльності висуває особливі вимоги до формування інформації, необхідної для облікових та контрольних цілей. Ринкові умови господарювання вимагають використання нових принципів, форм і методів управління у бюджетній сфері, що, у свою чергу, підвищує вимоги до об'єктивності економічної інформації, головним джерелом якої є бухгалтерський облік [1].

Основною проблемою реформування обліку в бюджетних установах є відсутність єдиних підходів до розробки дієвих механізмів удосконалення системи обліку з урахуванням вимог міжнародних стандартів, а також недостатність розробленості питання переходу на єдині методологічні засади [2].

Для забезпечення ефективності облікового процесу у бюджетній сфері необхідно удосконалювати національні стандарти бюджетного обліку, враховуючи усі особливості цієї сфери обліку. Основними напрямками реформування можуть бути:

- приведення чинного законодавства України у відповідність із міжнародними стандартами. Реформа бухгалтерського обліку неможлива без змін у законодавстві, тобто реформування системи бухгалтерського обліку має здійснюватися водночас із відповідними змінами в суміжних галузях законодавства;
- перехід українського бухгалтерського обліку на міжнародні стандарти. Це дасть змогу ефективніше співпрацювати з іноземними фахівцями [3];
- підвищення рівня ефективності діяльності кадрів;
- формування нової методологічної концепції [4].

Реформування системи бухгалтерського обліку у бюджетних установах сприятиме: удосконаленню системи бухгалтерського обліку; удосконаленню системи фінансової звітності та звітності про виконання бюджету; створенню уніфікованої організаційної та інформаційної облікової системи.

Для вдосконалення бюджетного обліку необхідна власна розробка стандартів, оскільки буде сформовано єдину законодавчо-нормативну базу, яка буде повно та точно визначати норми та вимоги до ведення такого обліку та формування звітності, затверджено типові форми для складання звітності, що будуть незмінними протягом певного періоду. Бухгалтерський облік у державному секторі України потребує запровадження та використання інформаційних технологій. Це забезпечить: спрощення облікового процесу, підвищення оперативності отримання облікових даних у різних аналітичних розрізах, а отже, дозволить використовувати облікову інформацію з метою забезпечення суворого контролю за витрачанням бюджетних ресурсів, за їх цільовим призначенням, що збільшить економію ресурсів держави та часу [3].

Отже, в Україні сучасні умови функціонування бюджетної системи характеризуються наявністю ряду проблемних питань в організації бухгалтерського обліку в бюджетних установах. Необхідність реформування і стандартизація бухгалтерського обліку в бюджетних установах до міжнародних стандартів визначається розвитком процесів економічної інтеграції країн, міжнародних об'єднань і спільних підприємств. Адаптація бухгалтерського обліку в бюджетних установах до міжнародних стандартів є важливою передумовою для ефективного функціонування та визнання бухгалтерського обліку в бюджетних установах України на міжнародному рівні.

Науковий керівник – канд. екон. наук, викладач Кудіна О. М.

Література: 1. Бюджетний кодекс України [Електронний ресурс] : Закон України від 08.07.2010 № 2456-VI. – Режим доступу : http://zakon4.rada.gov.ua/laws/find/n?org=1061. **2.** Джога Р. Облік у бюджетних установах: основи побудови, нормативна база, реформування / Р. Джога // Бухгалтерський облік і аудит. – 2011. – № 8. – С. 36. **3.** Сушко Н. Реформування бухгалтерського обліку в державному секторі триває / Н. Сушко // Бухгалтерський облік і аудит. – 2012. – № 8. – С. 22–27. **4.** Прохорова О. С. Напрями реформування обліку і контролю в бюджетних установах / О. С. Прохорова // Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу. – 2011. – № 3. – С. 224–229.

РОЛЬ МАРКЕТИНГА В ПЕРЕХОДНОЙ ЭКОНОМИКЕ УКРАИНЫ

УДК 339.138

Александрова А. И.

Студент 3 курса
факультета учета и аудита ХНЭУ им. С. Кузнеца

Аннотация. *Проанализировано особое значение маркетинга как неотъемлемой составляющей развития Украины. Обусловлены роль и значение маркетинга в переходной экономики Украины в качестве фактора ускорения этого процесса. Выявлены проблемы и перспективы развития маркетинга в Украине.*

Ключевые слова: *маркетинг, переходная экономика, развитие Украины, конкурентоспособность, развивающиеся страны.*

Анотація. *Проаналізовано особливе значення маркетингу як невід'ємної складової розвитку України. Обумовлено роль і значення маркетингу в перехідній економіці України як фактора прискорення цього процесу. Виявлено проблеми та перспективи розвитку маркетингу в Україні.*

Ключові слова: *маркетинг, перехідна економіка, розвиток України, конкурентоспроможність, країни, що розвиваються.*

Annotation. *Analyzed the particular importance of marketing as an integral part of the development of Ukraine. Due to the role and importance of marketing in the transitional economy of Ukraine as a factor in accelerating this process. The problems and prospects of development of marketing in Ukraine.*

Keywords: *marketing, transition economy, the development of Ukraine, the competitiveness, developing countries.*

Эволюция маркетинга в Украине представляет огромный интерес, так как за сравнительно короткий срок маркетинг прошел путь от неизвестности до признанного и широко используемого на практике инструмента управления компанией.

Недопонимание роли маркетинга в производственной деятельности многих предприятий в Украине на сегодняшний день является одним из наиболее актуальных вопросов. Проблема состоит в том, что руководители предприятий недооценивают работу маркетинговых отделов, а зачастую просто отказываются от них в целях экономии.

Ряд зарубежных авторов еще в 50-х годах полагали, что развитие маркетинговой деятельности существенно может повлиять на развитие и благосостояние народа. Они утверждали, что лучшее понимание маркетинга поможет плановикам и бизнесменам оценить связь между производством и маркетингом, а следовательно, внести общий вклад в достижение национальных целей материального благосостояния и повышения жизненного уровня народа.

Многие исследователи маркетинговой деятельности изучали тему маркетинга и его роль в развитии страны. Например: В. Тарасевич, Г. Багиев, Н. Бендина, Ф. Котлер, Э. Минько и др., однако анализ последних публикаций показал недостаточный уровень освещения проблемы.

Цель данной статьи – способствовать пониманию маркетингового процесса и осветить его роль в содействии экономическому развитию страны.

В стремлении достичь экономического благосостояния многие развивающиеся страны, к которым относится и Украина, игнорируют важную роль маркетинга.

Основной причиной является недостаточная информированность о прямой связи между вовремя проведенным маркетингом и последующим удачным позиционированием предприятия в конкурентной среде и полученной прибылью.

В мышлении многих людей маркетинг ассоциируется с деятельностью посредника. Традиционно деятельность посредника рассматривалась как нестоящее занятие, производящее одни расходы. В Индии, например, Вэстсфолл и Бойд отмечали, что маркетинг рассматривается как непроизводительная деятельность, посредники и торговцы всех типов относились к людям, пытающимся заработать деньги за счет народа [1, с. 345]. Поэтому у людей нет доверия, так как это характерно и для Украины.

В настоящее время маркетинг в Украине достиг того состояния, когда все основные его инструменты хорошо известны компаниям и внедрены с разной степенью полноты и глубины в практику предпринимательства, подготовлено большое количество профессиональных маркетологов и сделаны важные шаги в формировании профессионального сообщества маркетологов.

© Александрова А. И., 2015

Уже сейчас внимательный анализ истории и практики развития маркетинга в Украине показывает, что в то время как основные инструменты его освоены, маркетинг как система и философия управления компанией не достигли того уровня, который представлен в рыночных экономиках развитых стран Европы и Америки [2, с. 360].

Создание эффективной маркетинговой системы и, соответственно, высокий уровень развития маркетинга предполагает, во-первых, наличие у большого количества потребителей развитой системы потребностей, которая требует от предприятий небанальных и разнообразных действий; во-вторых, развитие гражданского общества и его институтов; в-третьих, овладение предприятиями инструментами маркетинга и понимание его значимости для создания и поддержания конкурентных преимуществ и развития экономики в целом.

В Украине выполнение этих условий в полной мере не наблюдается, хотя потребительский рынок растет.

Процесс становления и развития маркетинговой деятельности в Украине ученые-маркетологи условно делят на три этапа [3, с. 230]:

1-й этап – охватывает время функционирования украинских предприятий до 1991 года и характеризуется слабым развитием процессов обмена. Недостаток свободной конкуренции, условия директивного, планового хозяйствования и распределения произведенной продукции, которые существовали на то время, не требовали от предприятий какой-либо деятельности по исследованию рынка;

2-й этап – начался после 1991 года и продержался до конца 90-х годов. Хотя процесс рыночных преобразований в экономике Украины происходит в сложных условиях, уже можно привести много примеров удачного использования инструментария стратегического и операционного маркетинга в практике работы отечественных предприятий.

Поэтому сегодня можно говорить про 3-й этап становления маркетинга в Украине, когда на базе приобретенного опыта и параллельно с его развитием мы стремимся обобщить результаты: перейти на качественно высший теоретический уровень и далее трансформировать научные разработки в практические рекомендации.

Широкое внедрение в практику маркетинга в виде маркетинга отношений и социально-этического маркетинга сдерживается наличием большого количества нерыночных способов ведения бизнеса – коррупция, присвоение недооцененных активов и т.п., а также тем обстоятельством, что управление огромной частью компаний осуществляют собственники непосредственно [4, с. 224].

Маркетинг может ускорить переход к рынку несколькими путями: необходимо стабилизировать массовое потребление товаров и услуг, что даст толчок к стадии широкого массового потребления. В результате этого бизнесмены будут больше стремиться инвестировать в производственную деятельность, которая производит товары потребления. Это, в свою очередь, будет поощрять других бизнесменов инвестировать в отрасли, производящие основные средства.

Конкурентоспособность украинских предприятий, как на внутреннем, так и на внешнем рынке, будет во многом зависеть от их способности внедрить маркетинг как ведущую философию стратегического развития и культуру бизнеса на предприятии.

Опыт развития маркетинга в Украине указывает на то, что одного только экономического развития недостаточно для качественной эволюции маркетинга. Необходимое для этого развитие маркетинговой системы требует общественных изменений, которые сводятся не только к развитию потребления, но и к изменению структуры экономики, доминирующей модели развития бизнеса и преодолению коррупции, полной легализации деятельности предприятий – то есть того, чтобы рыночное взаимодействие было единственным способом достижения корпоративных целей [5, с. 383].

Так, сегодня можно говорить про отсутствие стратегического видения роли маркетинговых служб в будущем успехе компании, ее топ-менеджеров или же про неправильное понимание этой роли, но никак не про отсутствие самого маркетинга.

Что касается тенденций маркетинга, то в данное время руководители бизнеса все больше говорят про эффективность маркетинговой деятельности, а это является положительным явлением.

Научный руководитель – преподаватель Кузнецов О. В.

Література: 1. Ноздрева Р. Б. Маркетинг: как побеждать на рынке / Р. Б. Ноздрева, Л. И. Цыгичко. – М. : Финансы и статистика, 2006. – 345 с. **2.** Маркетинг : учебник / Под ред. Т. Н. Парамоновой. – М. : КНОРУС, 2008. – 360 с. **3.** Котлер Ф. Маркетинг в третьем тысячелетии: Как создать, завоевать и удержать рынок / Ф. Котлер. – М. : АСТ, 2009. – 230 с. **4.** Михалева Е. П. Маркетинг. Конспект лекций / Е. П. Михалева. – М. : Юрайт-Издат, 2010. – 224 с. **5.** Соловьев Б. А. Маркетинг : учебник / Б. А. Соловьев. – М. : ИНФРА-М, 2009. – 383 с.

МІСЦЕ МАТЕРІАЛЬНИХ РЕСУРСІВ У ЛОГІСТИЧНОМУ ЦИКЛІ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА

УДК 005.932:658.7

Алексенко М. І.

Студент 2 курсу
факультету економіки і права у ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Узагальнено основні підходи зарубіжних та вітчизняних авторів до визначення поняття «матеріальні ресурси», а також виявлено недоліки у їх трактуванні. Розроблено схему логістичного циклу підприємства. Визначено місце та роль матеріальних ресурсів на кожному етапі логістичного циклу промислового підприємства.*

Ключові слова: *матеріальні ресурси, матеріали, логістичний цикл, логістика, промислове підприємство.*

Аннотация. *Обобщены основные подходы зарубежных и отечественных авторов к определению понятия «материальные ресурсы», а также выявлены недостатки в их трактовке. Разработана схема логистического цикла предприятия. Определены место и роль материальных ресурсов на каждом этапе логистического цикла промышленного предприятия.*

Ключевые слова: *материальные ресурсы, материалы, логистический цикл, логистика, промышленное предприятие.*

Annotation. *Summarizes the main approaches of foreign and domestic authors to the definition of material resources as well as shortcomings in their treatment. A scheme of the logistics cycle of the enterprise. The place and role of material resources at every stage of the logistics cycle of an industrial enterprise.*

Keywords: *material resources, materials, logistics cycle, logistics, industrial enterprise.*

Сучасний етап розвитку економічних відносин в умовах зростаючої конкуренції потребує від промислового підприємства чіткого механізму управління матеріальними ресурсами як одного з головних факторів зниження собівартості продукції та збільшення рентабельності діяльності підприємства.

Тобто ефективне управління матеріальними ресурсами створює реальні передумови економічного зростання і визначає конкурентоспроможність промислових підприємств.

Дослідженням теоретичних основ матеріальних ресурсів займались такі зарубіжні та вітчизняні автори, як А. М. Гаджинський [1], Л. Б. Міротін [2], Ю. М. Неруш [3], В. Є. Ніколайчук [4], М. А. Окландер [5] та ін. Проте кожний із авторів наводить свої визначення термінів та різні підходи до трактування «матеріальних ресурсів», що створює різноманітність складових та їх властивостей у досліджуваній термінології. Тому постає об'єктивна необхідність у визначенні та узагальненні теоретичних основ матеріальних ресурсів, а також визначенні їх місця у логістичному циклі підприємства.

Метою статті є узагальнення наукових підходів до визначення поняття «матеріальні ресурси» та їх місця у логістичному циклі промислового підприємства.

У всесвітній практиці прискорення руху матеріального потоку як один із основних засобів підвищення ефективності їх використання у виробництві продукції визнано використання логістичного підходу до управління. На сьогодні цей підхід в управлінні промисловими підприємствами набув широкого розвитку у країнах із ринковою економікою і виступає одним із дієвих та ефективних інструментів підвищення ефективності роботи підприємств, оскільки дозволяє оптимізувати матеріальні, фінансові та інформаційні потоки, витрати на їх забезпечення та управління [6].

Нове розуміння логістики як стратегічного елементу в конкурентних можливостях підприємства привело до інтегральної парадигми. Фактор часу отримав найважливіше значення, тому що підприємству потрібна швидка адаптація до умов ринкового середовища й попиту на його продукцію. При цьому мають скорочуватися всі тимчасові фази життєвого циклу виробу від розробки до дистрибуції в роздрібну мережу [7].

Передумовами для активізації застосування інтегрального підходу в логістиці являються [6]:

– нове розуміння механізмів ринку та логістики як стратегічного елементу реалізації конкурентних можливостей підприємства;

© Алексеенко М. І., 2015

– перспективи та тенденції з інтеграції учасників логістичного ланцюга між собою;

– технологічні можливості в галузі новітніх інформаційних технологій, які відкривають нові можливості для управління всіма сферами виробничо-комерційної діяльності підприємства.

Одним із основних понять у концепції інтегрованої логістики є логістичний цикл (рис. 1), іноді в зарубіжній літературі називається циклом виконання замовлення. У сучасній літературі з логістики і логістичного менеджменту одночасно існують три тлумачення, які в сукупності розкривають його зміст:

– концепція досягнення інтеграції логістичних функцій;

– інтервал часу між оформленням замовлення на поставку і власне доставкою замовлених товарів на склад споживача;

– конструкція, що складається з вузлів та ланок.

–

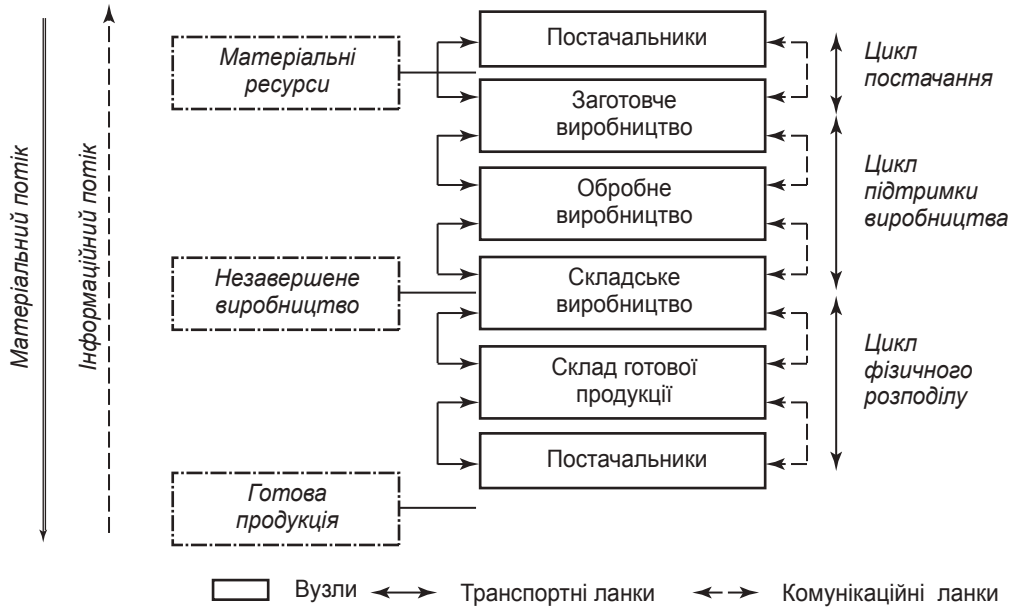


Рис. 1. **Схема логістичного циклу підприємства**

–

В цілому логістичний цикл підприємства промисловості складається з таких функціональних циклів (підсистем), як постачання, виробництво, та циклу фізичного розподілу або збуту продукції.

На протязі всього логістичного циклу підприємства діє наскрізний матеріальний потік, який являє собою рух та зберігання матеріалів та товарів, які починаються з транспортування від постачальників сировини, матеріалів, комплектуючих виробів, і закінчується післяпродажним сервісом для споживачів. Крім цього, матеріальному потоку передує інформаційний потік, який є необхідним для координації логістичних функцій [7].

Проте необхідно чітко розмежувати матеріальні потоки і матеріальні ресурси. Матеріальний потік уособлює рух матеріальних ресурсів, які на шляху до споживача проходять виробничі, складські, транспортні ланки [2].

Якщо дослідженню матеріального потоку присвячено багато праць, то матеріальним ресурсам та їх місцю у логістичному циклі приділено недостатньо уваги.

В економічній літературі в цілому, як і в бухгалтерському обліку зокрема, широко використовується поняття «матеріальні ресурси». Проте існування різних підходів до визначення поняття «матеріальні ресурси» дає підстави стверджувати, що досі не існує чіткого і єдиного трактування цього поняття. Визначення матеріальних ресурсів можна розділити на три групи: перші автори обґрунтовують матеріальні ресурси як предмети праці; другі – обґрунтовують матеріальні ресурси як предмети праці, так і засоби праці, тобто засоби виробництва; треті – розглядають матеріальні ресурси у широкому розумінні як частину економічних ресурсів. Розглянемо кожний із підходів більш детально.

Переважаючим підходом до трактування сутності матеріальних ресурсів авторами посібників із економічній теорії є їх ототожнення з матеріальними ресурсами. Таке тлумачення наводиться і в економічних словниках, зокрема в «Экономическом словаре по экономике» за редакцією В. Г. Золотогорова: «Матеріальні ресурси – це комплекс речових елементів (засобів та предметів праці), призначених для обробки та переробки в процесі виробництва» [8]. Це визначення потребує уточнення, оскільки тільки предмети праці підлягають переробці у процесі виробництва, а засоби праці (обладнання та машини) зберігають свою матеріально-речову форму.

Ряд науковців (А. Н. Азриліан [9], С. В. Мочерний [10], О. С. Стрижко [11]) під матеріальними ресурсами найчастіше розуміють предмети праці. Так, О. С. Стрижко, досліджуючи підходи до управління матеріальними ресурсами на підприємстві, визначає: «Матеріальні ресурси – це предмети праці, що повністю входять до складу продукції, яка виготовляється, та створюють її субстанцію або сприяють виробничому процесу. В натуральній формі «матеріальні ресурси підприємства» – це сировина, основні та допоміжні матеріали, комплектуючі вироби, паливо, незавершене виробництво та відходи виробництва» [11]. Втім, такий перелік засобів є неповним, адже до сукупних матеріальних ресурсів у промисловості включаються також напівфабрикати власного виробництва, витрати в незавершеному виробництві та готова продукція.

Третій підхід визначає матеріальні ресурси у загальному значенні, а саме як «економічні ресурси в матеріально-речовій формі» [6, с. 382]. Таке трактування досить одностороннє, адже наголошується лише на наявності однієї з характеристик матеріальних ресурсів, а саме матеріально-речового втілення [12].

Завершуючи огляд думок з приводу поняття матеріальних ресурсів, необхідно зазначити, що матеріальні ресурси промислового підприємства включають до свого складу не тільки засоби і предмети праці – основні засоби, малоцінні і швидкозношувані предмети, сировину, основні та допоміжні матеріали, паливо, напівфабрикати, комплектуючі вироби, запасні частини для ремонту, але і матеріальні витрати в незавершеному виробництві та готову продукцію.

Узагальнюючи вищезазначене, матеріальні ресурси складають частину оборотних засобів підприємства, що дозволяє згрупувати визначення матеріальних ресурсів відповідно до основних етапів циклу обігу оборотних засобів (циклу відтворення). Грошовій стадії відповідає постачання, де грошові кошти перетворюються у предмети праці, а саме – у матеріальні ресурси; стадія виробництва – перетворення придбаних на стадії постачання матеріальних ресурсів у товар за допомогою засобів праці; стадія «збут» перетворює товар у грошові кошти. Таким чином, поняття «матеріальні ресурси» пов'язується з рухом виробничо-речових елементів, які проходять через стадії логістичного циклу [13].

На етапі постачання результатом руху матеріального потоку має стати постачання матеріальних ресурсів (сировини, запчастин, матеріалів, обладнання, напівфабрикатів та ін.) на склад підприємства «точно у строк». Далі матеріальні ресурси беруть участь у процесі господарської діяльності протягом одного виробничого циклу, повністю змінюють свою форму та переносять свою вартість на собівартість продукції.

Цикл виробництва має справу з передбаченим графіком внутрішнього переміщення та зберігання матеріальних ресурсів у межах підприємства. На цьому етапі матеріальні ресурси у вигляді виробів, деталей вузлів, які не пройшли всіх стадій (фаз, переділів), що передбачені технологічним процесом, і не закінчені обробкою, відносяться до незавершеного виробництва.

Завершальним етапом логістичного ланцюга є цикл фізичного розподілу, де готова продукція (виріб або напівфабрикат, робота, послуга), що пройшла всі стадії технологічної обробки на цьому підприємстві та відповідає затвердженим стандартам або технічним умовам, договору, прийнята технічним контролем підприємства і здана на склад або замовникові-покупцеві.

Таким чином, матеріальні ресурси – це об'єктивно необхідні умови функціонування виробництва. Враховуючи те, що матеріальні ресурси займають основну частину собівартості продукції промислових підприємств України, вони все більше впливають на зростання їх ефективності та якість роботи. Тож від правильної організації управління матеріальними ресурсами на кожній підсистемі логістичного циклу залежать основні показники діяльності підприємства.

Науковий керівник – докт. екон. наук, професор Гонтарева І. В.

Література: 1. Гаджинский А. М. Логистика : учебник /А. М. Гаджинский. – 19-е изд., перераб. и доп. – М. : Издат.-торг. корпорация «Дашков и К», 2010. – 484 с. **2.** Миротин Л. Б. Эффективная логистика : монография / Л. Б. Миротин, Ы. Э. Ташбаев, О. Г. Порошина. – М. : Экзамен, 2003. – 159 с. **3.** Неруш Ю. М. Логистика : учебник / Ю. М. Неруш. – 4-е изд., перераб. и доп. – М. : Проспект, 2007. – 517 с. **4.** Николайчук В. Е. Заготовительная и производственная логістика : монография / В. Е. Николайчук. –СПб. : Питер, 2001. – 155 с. **5.** Окландер М. А. Логістична система підприємства : монографія / М. А. Окландер. – Одеса : Астропринт, 2004. – 312 с. **6.** Селезньова Н. О. Сучасні проблеми забезпечення та використання матеріальних ресурсів на виробничих підприємствах / Н. О. Селезньова // Науково-технічний збірник. – 2012. – № 103. – С. 463–467. **7.** Гончаров Ю. В. Методологические аспекты формирования логистической системы на предприятиях легкой промышленности / Ю. В. Гончаров, Г. В. Костюк // Проблеми економіки. – 2012. – № 3. – С. 97. **8.** Золотогоров В. Г. Экономика: Энциклопедический словарь / В. Г. Золотогоров.– Мн. : Книжный дом, 2004. – 720 с. **9.** Азрилиян А. Н. Большой экономический словарь / авт. и сост. Азрилиян А. Н., Азрилиян О. М., Калашникова Е. В., Квардакова О. В. – 7-е изд., доп. – М. : Ин-т новой экономики, 2007. – 1472 с. **10.** Мочерний С. В. Економічний енциклопедичний словник : у 2 т. Т. 1 / С. В. Мочерний, Я. С. Ларіна, О. А. Устенко ; за ред. С. В. Мочерного. – Львів : Світ, 2005. – 616 с. **11.** Стрижко О. С.

Логістичний підхід до управління матеріальними ресурсами / О. С. Стрижко // Управління розвитком. – 2010. – № 12 (88). – С. 133–135. **12.** Борисов А. Б. Большой экономический словарь / А.Б. Борисов. – М. : Книжный мир, 2001. – 895 с. **13.** Крохмаль С. С. Управління матеріальними ресурсами на промисловому підприємстві / С. С. Крохмаль // Бізнес Інформ. – 2012. – № 10. – С. 109–113.

СРАВНЕНИЕ УЧЕТА СОБСТВЕННОГО КАПИТАЛА В ЗАРУБЕЖНОЙ И ОТЕЧЕСТВЕННОЙ ПРАКТИКЕ

УДК 657.41 (1-87+477)

Арепьева В. А.

Студент 3 курса
факультета международных экономических отношений ХНЭУ им. С. Кузнеца

Аннотация. *Рассмотрены особенности учета собственного капитала в разных странах. Проведено сравнение названий и составных частей собственного капитала в зарубежной и отечественной финансовой отчетности, также рассмотрены различные аспекты и факторы, влияющие на формирование и отражение собственного капитала в бухгалтерском учете.*

Ключевые слова: *собственный капитал, резервы, учетная политика, финансовая отчетность.*

Анотація. *Розглянуто особливості обліку власного капіталу в різних країнах. Проведено порівняння назв і складових частин власного капіталу в зарубіжній і вітчизняній фінансовій звітності, також розглянуто різні аспекти і фактори, що впливають на формування і відображення власного капіталу в бухгалтерському обліку.*

Ключові слова: *власний капітал, резерви, облікова політика, фінансова звітність.*

Annotation. *The features of the account of equity in different countries were described, the names of the equity and of the components of shareholders' equity in foreign and domestic financial statements were compared, also various aspects and factors affecting the formation and reflection of the equity in financial reports were examined.*

Keywords: *equity, reserves, accounting policies, financial reporting.*

Собственный капитал играет важнейшую роль в создании, дальнейшем функционировании и развитии предприятия. При этом главным источником информации, необходимой для управления компанией, является финансовая отчетность и бухгалтерский учет. Поэтому в настоящий момент актуальным для всех предприятий является наиболее точное, правильное и полное отражение этой информации в отчетности. Для этого в данной работе была рассмотрена зарубежная практика учета собственного капитала.

В течение последних лет проблемы учета собственного капитала, его структуры, формирования и использования находили свое отражение в работах В. Ф. Палия, М. Т. Белухи, С. Ф. Голова, В. В. Сопко, Ю. Бригхема, А. Грезнюк. Однако, несмотря на значительное количество работ, эта тема и по настоящее время оставляет место для дальнейших научных исследований.

Целью данной работы является исследование особенностей учетной политики Украины и других стран относительно собственного капитала.

Объект исследования – процесс формирования и отражения в отчетности собственного капитала.

Предмет исследования – различные аспекты формирования и отражения собственного капитала в бухгалтерском учете.

Согласно определению Международных стандартов финансовой отчетности 1 «Представление финансовой отчетности» «собственный капитал» – это часть активов предприятия, остающаяся после вычета всех его обязательств. В большинстве зарубежных стран к составляющим собственного капитала относят уставный (акционерный) капитал, резервный капитал (создаются уставные и другие резервы), нераспределенная прибыль [1].

© Арепьева В. А., 2015

Отдельные вопросы относительно учета и отражения капитала в финансовой отчетности рассматриваются в соответствующих международных стандартах: МСФО 1 «Представление финансовой отчетности», МСФО 10 «События после отчетной даты», МСБУ 32 «Финансовые инструменты: представление информации», МСБУ 33 «Прибыль на акцию», МСБУ 39 «Финансовые инструменты: признание и оценка», МСФО 2 «Платеж, основанный на акциях» и др. [1].

Однако эти стандарты не регламентируют подробно вопросы учета и отражения в отчетности собственного капитала для разных государств, что, в первую очередь, связано с особенностями национальных законодательств. Кроме того, определение и структура капитала в разных странах будут зависеть от национальных традиций и законодательных требований отдельно взятой страны. Так, например, в Великобритании он, как и в Украине, называется собственным капиталом, в США – капиталом владельцев, в Польше – просто капиталом или собственным фондом [2].

В Украине, Молдове и Российской Федерации составные части собственного капитала практически одинаковые. Основной общей чертой для них является причисление уставного, дополнительного и резервного капиталов, нераспределенной прибыли к собственному капиталу предприятия. Отличным для этих стран является то, что, например, в Украине и России для учета дополнительного капитала есть только один счет с названием «дополнительный капитал», а в Молдове существует разделение данного понятия на два отдельных вида капитала: дополнительный и неосновной, в них суммы переоценки отражаются раздельно как составляющие неосновного капитала.

Особенностью Франции в данном вопросе является деление капитала на инвестиционные гранты и специальные налоговые скидки. Французские предприятия имеют право как покупать, так и продавать свои акции, но только при соблюдении определенных условий: для передачи акций собственным работникам, при уменьшении акционерного капитала или в целях регулирования ситуации на рынке, если компании включены в листинг (в этом случае можно совершать сделки не более чем с 10 % акций). Чертой, отличной от бухгалтерского учета в Украине, является то, что операции и по введению, и по выведению основных средств из эксплуатации никак не влияют на размер собственного капитала.

Так как переоценка активов зачастую приводит к возникновению налоговых обязательств, создаются резервы на переоценку.

Таким образом, во Франции существует три типа резервов [3]:

1. Амортизационный – отражает все уменьшения оценки активов (например, резерв сомнительных долгов).

2. Налоговый – являются специальными налоговыми льготами и связаны с экономическим состоянием компании (отражается в составе собственного капитала).

3. Провизорный – отражается как отдельная позиция в балансе, делится на две части:

– резерв на условные факторы хозяйственной деятельности, включая суммы по длительным судебным разбирательствам, по различным рискам, а также операций по обмену валюты по гарантиям и т. п.;

– резерв на расходы, который может включать резервирование отсроченных расходов, пенсионных обязательств и других аналогичных объектов.

В Германии распространено долгосрочное финансирование (внешнее – за счет банковских кредитов, внутреннее – с помощью реализации пенсионных программ). В последнее время средняя для этой страны доля собственных средств в общей сумме активов предприятия не превышала 20 %. Минимальные размеры уставного капитала для акционерных обществ установлены законодательством.

Особенностью Голландии является установление минимального размера резерва переоценки, являющееся обязательным для всех предприятий. Он формируется тогда, когда активы и пассивы оцениваются по текущей стоимости. К обязательным резервам в данной стране относят: резерв капитализированных учредительных затрат для выпуска акций, резерв для научно-исследовательских и конструкторских работ; а также резерв нераспределенной прибыли дочерних и ассоциированных компаний, который учитывается как собственный капитал, если прибыль не может быть просто распределена компанией и получена без каких-либо ограничений [3].

Сравнивая структуру собственного капитала Эстонии и Украины, можно отметить, что она является практически одинаковой, за исключением того, что отсутствует счет, который бы учитывал неоплаченный капитал. Также в Эстонии некоторые объекты выделяются в отдельные счета, в Украине же они находятся в составе других, более обобщенных счетов.

Согласно польской практике собственный капитал состоит из уставного, подписанного или неоплаченного дополнительного капитала, резервов, созданных для переоценки активов, нераспределенной прибыли, чистой прибыли или убытка и другого резервного капитала. Здесь также следует отличать резервы, подлежащие налогообложению, от других видов резервов. Резерв для отсрочки налоговых платежей должен уменьшить разницу от убытков и полученного дохода различных периодов деятельности предприятия. Прочие типы резервов направлены на защиту от разнообразных рисков, потенциальных убытков, отрицательных финансовых последствий других событий [4].

Общие черты американского и японского отражения капитала в отчетности состоят в том, что акционерный и партнерский капитал учитывается в пределах фактически оплаченного, так как статья акционерной (учредительской) задолженности отсутствует. При недостаточной оплате акций условные обязательства по собранным денежным средствам раскрываются в пояснениях.

Обязательным по Международным стандартам финансовой отчетности является предоставление достаточно подробной информации о выпущенном капитале и резервах. В балансе зарубежной (зачастую американской или британской) компании содержится достаточно общая информация о вложенном капитале: количество акций, разрешенных к выпуску, выпущенные и находящиеся в обращении; доля неоплаченного капитала; объявленная юридически стоимость акций; права, привилегии и ограничения, касающиеся распределения дивидендов и оплаты капитала; дополнительный капитал как эмиссионный доход; дополнительный капитал вследствие переоценки; резервы и нераспределенная прибыль [3].

В ходе исследования было выяснено, что в отражении информации о собственном капитале в украинской практике нет принципиальных отличий от международных стандартов учета. Это обусловлено тем, что в процессе формирования Положений (стандартов) бухгалтерского учета в нашей стране специалисты должны были руководствоваться МСФО. В МСФО для удобства статьи собственного капитала сгруппированы, а в Украине П(С)БУ – более подробные [4].

Таким образом, можно сделать вывод о том, что операции с собственным капиталом в каждой стране имеют свои особенности, обусловленные целым рядом факторов: начиная с обстоятельств, сложившихся исторически, и заканчивая наиболее распространенной формой собственности предприятий в определенном государстве. Украинским экономистам следует обратить внимание на положительный опыт иностранных коллег по отражению таких операций и внедрять его в практику, даже несмотря на то, что в большинстве стран составные части собственного капитала подобны (прежде всего, это касается формирования различных резервов и фондов). Это будет способствовать улучшению как финансового обеспечения украинских предприятий (в области направлений перспективного резервирования, создания фондов, форм вложения средств и т. п.), так и интеграции в европейские экономические процессы экономики страны в целом.

Научный руководитель – канд. экон. наук, доцент Часовникова Ю. С.

Литература: 1. Воронко Р. М. Облік в зарубіжних країнах : навч. посіб. / Р. М. Воронко. – Львів : Магнолія-2006, 2009. – 744 с. **2.** Петренко Н.І. Еволюція поняття «власний капітал» / Н.І. Петренко // Економічні науки : зб. наук. пр. Серія: «Облік і фінанси». – Луцьк : Луцький нац. техн. ун-т, 2012. – Вип. 9 (33). – Ч. 3. – 548 с. – С. 42–51. **3.** Нестеренко С. С. Порівняльний аспект нормативного регулювання складових власного капіталу на підприємствах різних форм власності [Текст] / С. С. Нестеренко // Ефективна економіка. – 2014. – № 4. **4.** Коваль Л. В. Власний капітал: облік та представлення взвітності в контексті національних та міжнародних стандартів [Электронный ресурс] / Л. В. Коваль, В. В. Горбатюк // Економічні науки. Серія: Облік і фінанси. – 2013. – Вип. 10 (3). – Режим доступа : file:///C:/Users/user/Downloads/ecnof_2013_10(3)__53.pdf.

ОСНОВНІ НАПРЯМКИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ УКРАЇНИ

УДК 338:330:334.02

Барсученко А. С.

Магістрант 1 року навчання
факультету обліку і аудиту ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Проаналізовано стан економічної безпеки України у сучасних ринкових умовах господарювання. Наведено механізм забезпечення економічної безпеки в умовах кризи та напрямки підвищення його рівня, а*

© Барсученко А. С., 2015

також визначено перелік завдань для забезпечення економічної безпеки країни та зниження загроз у реальному секторі економіки.

Ключові слова: *економічна безпека, механізм забезпечення економічної безпеки, криза, національна безпека, загрози, національна економіка, антикризове спрямування.*

Аннотация. *Проанализировано состояние экономической безопасности Украины в современных рыночных условиях хозяйствования. Представлен механизм обеспечения экономической безопасности в условиях кризиса и направления повышения его уровня, а также определен перечень задач по обеспечению экономической безопасности страны и снижению угроз в реальном секторе экономики.*

Ключевые слова: *экономическая безопасность, механизм обеспечения экономической безопасности, кризис, национальная безопасность, угрозы, национальная экономика, антикризисное направление.*

Annotation. *The article analyzes the state of the economic security of Ukraine in the modern market conditions. Presents the mechanism of economic security in crisis and improving its level. Giving the list of tasks to ensure economic security and reduce threats in the real sector of the economy.*

Keywords: *economic security, a mechanism to ensure economic security, crisis, security, threats, the national economy, crisis focus.*

Економічна безпека – необхідна умова забезпечення стабільності політичної та соціальної систем будь-якої країни, тому забезпечення економічної безпеки входить до складу важливіших функцій держави. Проблема забезпечення економічної безпеки важлива на будь-якому етапі розвитку країни, але особу гостроту вона набуває у кризові та трансформаційні періоди, коли зовнішні та внутрішні загрози економічній безпеці країни посилюються.

Проблема економічної безпеки достатньо індивідуальна для кожної країни, але до спільних аспектів можна віднести: перелік можливих загроз економічній безпеці, методики їх оцінки, заходи щодо нейтралізації загроз. Цією проблематикою займалися такі вчені, як: Мунтіян В. І. [3], Пастернак–Таранушенко Г. А. [4], Ситник Г. П. [2] та ін. Проте на сьогодні в Україні на державному рівні та в науковій сфері немає цілісного бачення щодо механізму забезпечення економічної безпеки країни в умовах кризи.

Як зазначав Ситник Г. П. [2], систему забезпечення економічної безпеки необхідно будувати на основі тріади: «інтереси – загрози – захист», використання якої дещо обмежує концептуальне бачення проблем економічної безпеки в різних сферах, звужує можливості розробки системи необхідних практичних заходів у цій галузі.

Згідно із Законом України «Про основи національної безпеки України» [1] національна безпека визначається у термінах реальних і потенційних загроз національним інтересам. У цьому законі під загрозами розуміються як наявні, так і потенційно можливі явища та чинники, що створюють небезпеку життєво важливим національним інтересам. Тому у процесі державного управління, на думку Ситника Г. П. [2], принципово важливим є ідентифікація загроз національним інтересам – як потенційних, так і реальних.

На сьогодні у літературі немає єдиного визначення поняття «загроза», а також існують різні підходи стосовно дослідження загроз економічній безпеці.

Так, Берлач А. І. [6] під загрозою розуміє будь який намір, можливість заподіяти фізичну, моральну, матеріальну чи іншу шкоду суспільним чи особистим інтересам.

У роботі [4] загроза розглядається як сукупність умов і факторів, які створюють небезпеку інтересам держави, суспільства, підприємств, особистості, а також національним цінностям і національному способу життя.

На погляд Мунтіяна В. І. [3], під загрозами економічній безпеці України слід розуміти явні чи потенційні дії, що ускладнюють або унеможливлюють реалізацію національних економічних інтересів і створюють небезпеку для соціально-економічної та політичної систем, національних цінностей, життєзабезпечення нації та окремої особи.

Система забезпечення економічної безпеки України має бути побудована так, щоб вона могла на ранніх стадіях виявляти різні деструктивні чинники, вживати заходів із запобігання їх шкідливої дії і нанесення збитку економіці країни [2]. Для цього необхідно застосовувати алгоритм забезпечення економічної безпеки.

Алгоритм забезпечення економічної безпеки [2] включає ряд етапів: визначення цілей і принципів системи, створення правового поля функціонування системи; визначення структурних елементів і організаційної структури системи; виявлення і оцінка чинників дестабілізації, що діють, здійснюють вплив на об'єкт економічної безпеки, виявлення сукупності загроз; визначення і оцінка передбачуваних збитків від реалізації виявлених загроз; розробка методичного інструментарію оцінки економічної безпеки України; розробка механізмів протидії виявленим загрозам.

Згідно з наведеним алгоритмом необхідно спочатку сформувати перелік життєво важливих інтересів країни і розставити пріоритети у сфері забезпечення економічної безпеки.

Забезпечення прийнятного рівня економічної безпеки визнано в Україні однією з головних стратегічних цілей національної безпеки. У законі наведено перелік загроз національним інтересам і національній безпеці України в економічній сфері.

Виокремлення економічних потреб у структурі найважливіших національних інтересів країни є основою ефективного функціонування та сталого розвитку її економічної системи. Зазначимо, що економічні інтереси – це спрямованість на одержання економічних переваг особи, суспільства і держави, забезпечення умов існування та розвитку, економічної незалежності і збагачення [4; 6].

Система забезпечення економічної безпеки країни в умовах трансформації суспільства функціонує як єдиний комплекс державних органів, що тісно співпрацюють із суспільними, в тому числі інформаційно-аналітичними, науковими, соціологічними, пропагандистськими, суспільно-політичними, контрольними і правоохоронними структурами. Основними елементами вказаної системи є державні та недержавні інституції, які беруть участь у забезпеченні економічної безпеки відповідно до законодавства.

Стан економічної безпеки знаходиться під впливом безлічі різних чинників, які або перешкоджають, або сприяють забезпеченню безпеки. За неправильного або невчасного регулювання дії чинника відбувається його перехід від керованого стану до нового, дестабілізуючого, і часто його поведінка може бути непередбачувана та розглядається як загроза економічній безпеці.

Виходячи з реальної ситуації в українській економіці у процесі її реформування, можна виділити такі ключові економічні загрози: посилення структурної деформації економіки, зниження інвестиційної та інноваційної активності та розпад науково-технічного потенціалу, тенденція до перетворення України на паливно-сировинну периферію розвинутих країн, посилення залежності від імпорту, втеча з країни валютних ресурсів і капіталів, поглиблення майнового розшарування суспільства, зростання зовнішнього боргу, надмірна відкритість економіки та її уразливість стосовно зовнішніх загроз, активна криміналізація економічних відносин [2].

Формування ефективної системи безпеки має спиратися на створення комплексного моніторингу, тобто багаторівневої і повномасштабної системи відстеження динаміки всіх основних фінансово-економічних процесів у країні. Очевидна складність полягає у розробці точних критеріїв і рівня порогових значень економічної безпеки.

З метою визначення рівня економічної безпеки України як головної складової національної безпеки держави було розроблено методику розрахунку рівня економічної безпеки України, затверджену наказом Міністерства економічного розвитку і торгівлі України від 29.10.2013 № 1277 [5], в якій надано перелік основних індикаторів стану економічної безпеки України, їх оптимальні, порогові та граничні значення, а також методика розрахунку інтегрального індексу економічної безпеки.

У методиці вказано, що відбір індикаторів було здійснено з урахуванням світового досвіду і розробок українських учених, але при цьому не конкретизовано джерела. Використання великої кількості індикаторів для постійного моніторингу представляє складність, у зв'язку з цим для оцінки економічної безпеки країни необхідно використовувати експрес-оцінку, яка базується на меншій кількості індикаторів і дозволяє оперативно діагностувати кризу в економіці.

До середньострокових завдань та заходів на 2013–2014 рр. було віднесено: створення умов для посткризового розвитку України; зняття інфраструктурних обмежень розвитку; підвищення технологічного рівня промисловості; створення сучасного агропромислового комплексу; продовження інтеграції у світовий простір у соціальній, економічній, політичній, культурній та гуманітарній сфері, у тому числі створення передумов для політичної асоціації та економічної інтеграції в ЄС.

Загалом заходи антикризового спрямування, які здійснювалися в Україні з вересня 2014 р., можна поділити на:

1. Заходи з фінансової стабілізації (регулювання фінансового сектора, підтримка банківського сектора, валютне регулювання, покращення структури платіжного балансу);

2. Заходи макроекономічного регулювання (вплив на реальний сектор економіки, захист та стимулювання національного виробника, підтримка внутрішнього попиту);

3. Заходи соціальної політики (соціальний захист населення, стримування безробіття).

Розвиток ситуації в економіці України на початку 2014 р. засвідчує перманентне наростання ризиків, пов'язаних із кризовими процесами. На вітчизняну економіку продовжують негативно впливати як стагнація світової економіки, так і макроекономічні та валютно-фінансові дисбаланси, які сформувалися в останньому кварталі 2013 р. В Україні чітко сформувався комплекс викликів, пов'язаних із:

1. Глибокою депресією основних секторів економіки, викликаною насамперед різким звуженням зовнішніх ринків збуту;

2. Втратою стабільності банківської системи через наростання кризи ліквідності в умовах відсутності дієвої політики підтримання останньої;

3. Нестабільністю курсу гривні у зв'язку з дисбалансом попиту та пропозиції на валютному ринку та високим рівнем девальваційних очікувань економічних суб'єктів;

4. Утрудненням фінансування бюджетних видатків через значно більше, ніж прогнозоване, падіння макроекономічних показників;

5. Перманентною втратою дієвості політики держави через глибоку політичну кризу та розбалансування діяльності гілок законодавчої, виконавчої та монетарної (Національний банк) влад;

6. Помітною делегітимізацією політики держави через невпинне погіршення якості життя та зростання на цьому підґрунті соціальної напруженості.

Головним питанням для уряду на сьогодні має стати недопущення десинхронізації кризи в Україні зі світовою та втягнення України в тривалий період економічної стагнації, що неможливо без створення ефективного механізму забезпечення економічної безпеки країни. Усвідомлення загроз розвитку реального сектора економіки потребує вироблення та реалізації адекватної політики щодо протидії кризі.

Для забезпечення економічної безпеки країни і зниження загроз в реальному секторі економіки необхідно вирішити ряд завдань, таких як: підтримка ліквідності підприємств реального сектора економіки та запобігання їх масовому банкрутству; проведення ефективної імпортозаміщуючої промислової політики та насичення внутрішнього ринку продукцією вітчизняних товаровиробників, у першу чергу споживчого призначення; проведення ефективної політики енергозбереження в усіх галузях економіки; державна податкова підтримка зростання виробництва у провідних галузях економіки; розробка і впровадження національної програми розвитку реального сектора виробництва.

На цей час існує гостра потреба в удосконаленні системи забезпечення економічної безпеки країни. Система забезпечення економічної безпеки України в умовах кризи повинна виконувати ряд спеціальних функцій. Серед них: своєчасне, оперативне виявлення, прогнозування загроз економічній безпеці України. До числа таких загроз входять як кризові й інші негативні тенденції і процеси економічного, політичного, соціального, техногенного, енергетичного і екологічного характеру, так і цілеспрямовані дії, тобто посягання, ззовні і зсередини суспільства, що являють небезпеку для інтересів країни; попередження, локалізація або нейтралізація виявлених потенційних і реальних загроз для країни, за допомогою необхідних законодавчих, адміністративних, економічних, інформаційних заходів; безпосередня протидія носіям чи джерелам вказаних загроз за допомогою реалізації відповідних механізмів. Загрози економічній безпеці країни в реальному секторі економіки були виявлені в докризовий період, а під час кризи посилився їх вплив на економіку, але на сьогодні не представлено комплексної системи щодо моніторингу загроз, визначення їх оптимального рівня та конкретних дій з їх запобігання чи нейтралізації.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Москаленко Н. О.

Література: 1. Про основи національної безпеки : Закон України від 19.04.2014 № 964–15 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/964–15. **2.** Національна безпека України: теорія і практика : навч. посіб. / За заг. ред. Г. П. Ситника. – Хмельницький ; Київ : Кондор, 2010. – 616 с. **3.** Мунтіян В. І. Економічна безпека України / В. І. Мунтіян. – Київ : КВІЦ, 2010. – 462 с. **4.** Пастернак–Таранушенко Г. А. Економічна безпека держави : підруч. для осіб, що навчаються за фахом «службовець державного управління» / Г. А. Пастернак–Таранушенко ; під ред. проф. Б. Кравченка. – Київ : Ін-т держ. управл. і самоврядування при Кабінеті Міністрів України, 2011. – 140 с. **5.** Методика расчета уровня экономической безопасности Украины [Електронний ресурс] : Приказ Министерства экономического развития и торговли Украины от 29.10.2013 № 1277. – Режим доступу : http://cct.com.ua/2013/ 29.10.2013_1277.htm. **6.** Берлач А. І. Основи економічної безпеки України : навч. посіб. / А. І. Берлач, Т. В. Філіпенко. – Донецьк : Донецьк. юрид. ін-т ЛДУВС ім. Е. О. Дідоренка, 2013. – 234 с.

ОРГАНІЗАЦІЯ ТА ЗДІЙСНЕННЯ ВНУТРІШНЬОГО ФІНАНСОВОГО МОНІТОРИНГУ В КОМЕРЦІЙНИХ БАНКАХ УКРАЇНИ

УДК 336.717.078

Барсученко А. С.

Магістрант 1 року навчання
факультету обліку та аудиту ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Розглянуто засади організації та функціонування системи фінансового моніторингу у вітчизняних банках України та наведено оптимальну систему організації внутрішнього фінансового моніторингу у комерційному банку.*

Ключові слова: *фінансовий моніторинг, суб'єкт первинного фінансового моніторингу, державний фінансовий моніторинг, відмивання коштів.*

Аннотация. *Рассмотрены основы организации и функционирования системы финансового мониторинга в отечественных банках Украины и представлена оптимальная система организации внутреннего финансового мониторинга в коммерческом банке.*

Ключевые слова: *финансовый мониторинг, субъект первичного финансового мониторинга, государственный финансовый мониторинг, отмывание денег.*

Annotation. *The article considers the principles of organization and functioning of the financial monitoring system in the national bank of Ukraine and presentation the optimum system of organization inside financial monitoring at commercial bank.*

Keywords: *financial monitoring, the entity of initial financial monitoring, state financial monitoring, money laundering.*

Постановка проблеми. Легалізація (відмивання) злочинних доходів давно перебуває у центрі уваги міжнародної спільноти, а сам процес легалізації коштів, отриманих злочинним шляхом, на жаль, займає вагоме місце у функціонуванні фінансово-кредитної системи України.

Єдиний необхідний і дієвий спосіб протистояння легалізації коштів – це створення і впровадження дієвого комплексу заходів фінансового моніторингу з точки зору вимог світового співтовариства як на рівні комерційного банку, так і у фінансовій системі в цілому.

Банківські установи часто являються посередниками у легалізації (відмиванні) коштів, отриманих незаконним шляхом, тому здійснення банками превентивних заходів щодо запобігання суспільно небезпечним діянням та створення ефективного механізму щодо виявлення легалізації доходів, отриманих злочинним шляхом, клієнтами банку набуває особливого значення.

Аналіз досліджень і публікацій. Питання діяльності суб'єктів державного фінансового моніторингу розглянуто у наукових працях та публікаціях вітчизняних учених, зокрема спрямованих на дослідження визначених аспектів організації фінансового моніторингу в комерційних банках, а саме: А. Метньова, М. Колдовського, О. Барановського, П. Біленчук та ін. Також було проаналізовано інформацію з сайтів суб'єктів фінансового моніторингу.

Метою цієї роботи є дослідження теоретичних і організаційно-аналітичних засад проведення фінансового моніторингу в банківських установах.

Виклад основного матеріалу. Основним призначенням фінансового моніторингу є боротьба з відмиванням доходів, отриманих злочинним шляхом. Найбільш уразлива є кредитно-фінансова система України, яка все частіше використовується для легалізації іноземних капіталів, створених злочинним шляхом.

Фінансовий моніторинг являє собою сукупність заходів, які здійснюються суб'єктами фінансового моніторингу у сфері запобігання та протидії легалізації (відмиванню) доходів, отриманих злочинним шляхом, або фінансуванню тероризму, що включають проведення державного фінансового моніторингу та первинного фінансового моніторингу. На сьогодні як нормативно-правова база регулювання процесів фінансового моніторингу в комерційних банках виступають Закон України «Про запобігання та протидію легалізації (відмиванню) доходів, отриманих злочинним шляхом, фінансуванню тероризму та фінансуванню розповсюдження зброї масового знищення» від 14.10.2014 № 1702-VII [1], спільну Постанову Кабінету Міністрів України і Національного банку України «Про Сорок рекомендацій Групи з розроблення фінансових заходів боротьби з відмиванням грошей (FATF)» від 28.08.01

© Барсученко А. С., 2015

№ 1124 [2], Постанова Правління НБУ від 14.05.03 №189 «Про затвердження Положення про здійснення банками фінансового моніторингу» [3].

Колдовський М. В. дослідив, що на цей час оцінювання клієнта банку має проводитися згідно з Постановою № 189 НБУ, за якою банки України повинні в обов'язковому порядку при ідентифікації клієнта проводити оцінку ризику його діяльності, однак цей нормативно-правовий акт не встановлює кількість рівнів ризику для клієнта банку, згадуючи великий, низький і середній і вказуючи орієнтовний перелік критеріїв при оцінці ризику. Слід визнати, що для банку згадана кількість ризиків клієнта не може бути визнана задовільною, оскільки не дає реального уявлення про можливості клієнта легалізувати доходи, отримані незаконним шляхом [4, с. 188].

Також всі необхідні вимоги щодо додержання нормативно-правової бази відносно організації фінансового моніторингу поширюються на банківські установи та їх відповідні структурні підрозділи [7; 8].

Внутрішньобанківську систему фінансового моніторингу можна умовно розділити на п'ять основних напрямків відповідно до внутрішньобанківських документів, що регламентовані законодавчими документами та нормативно-правовими актами Національного банку України, а саме:

- програма ідентифікації та вивчення клієнтів;
- програма здійснення фінансового моніторингу за окремими напрямками діяльності банку;
- правила внутрішнього фінансового моніторингу в банку;
- програма підвищення кваліфікації робітників банку;
- інші процедури внутрішнього контролю за операціями клієнтів банку [6].

Необхідно зазначити, що банки на власний розсуд можуть розробляти і реалізовувати у межах чинного законодавства також інші програми, які розраховані на запобігання використання банківських установ для здійснення легалізації (відмивання) коштів отриманих злочинним шляхом.

У свою чергу, відповідно до рекомендацій міжнародної групи FATF [5] і на виконання вимог законодавства України для адекватного функціонування заходів, спрямованих на недопущення використання банку для легалізації доходів отриманих злочинним шляхом, можна використовувати таку оптимальну систему організації внутрішнього фінансового моніторингу в комерційному банку (табл. 1).

Таблиця 1

Оптимальна система організації внутрішнього фінансового моніторингу у комерційному банку

Структурний елемент	Завдання
Відділ фінансового моніторингу	На нього покладені функції моніторингу фінансових операцій клієнтів банку з метою виявлення дій, що пов'язані з відмиванням грошей, а також відповідного повідомлення суб'єктів державного фінансового моніторингу про такі операції
Ідентифікація клієнтів	Банк не повинен відкривати та проводити анонімні рахунки. Вони повинні здійснювати ідентифікацію клієнтів на постійній основі, результати ідентифікації подавати у вигляді анкети-звіту, що має всю інформацію про клієнта
Моніторинг підозрілих фінансових операцій	Робітники банку на постійній основі повинні проводити моніторинг підозрілих фінансових операцій. Виявлені підозрілі фінансові операції заносити в електронний реєстр і у разі необхідності інформацію щодо них надавати до Державного департаменту фінансового моніторингу
Навчання та підвищення кваліфікації робітників	Для забезпечення належного рівня підготовки персоналу щодо питань запобігання легалізації доходів, отриманих злочинним шляхом, щорічно розробляти Програми навчання та підвищення кваліфікації робітників відносно здійснення з фінансового моніторингу
Внутрішній аудит	Здійснювати постійну перевірку відповідності. Відділом фінансового моніторингу, підрозділами та установами вимог законодавства України щодо питань запобігання легалізації доходів отриманих злочинним шляхом. За результатами пропонувати висновки та пропозиції керівництву банку

Висновки. Таким чином, дослідження основних засад проведення фінансового моніторингу в банках дозволяє дійти таких висновків.

По-перше, чинне законодавство України в цілому відповідає міжнародним вимогам щодо протидії легалізації злочинних доходів, а також має відповідні внутрішньодержавні структури фінансової розвідки.

По-друге, здійснення фінансового моніторингу в банках відіграє важливу роль у протидії легалізації (відмиванню) злочинних доходів, отриманих незаконним шляхом.

По-третє, необхідне вдосконалення організації системи фінансового моніторингу, підвищення її ефективності, а також подальше впровадження в національне законодавство міжнародних стандартів, що зрештою підвищить імідж України на світовому ринку фінансових послуг.

По-четверте, відсутність наладженого механізму надання повідомлень та недостатня підготовка спеціалістів із проведення моніторингу щодо клієнтів банку загрожує ефективності функціонування банківської установи.

Дослідження у сфері організації фінансового моніторингу в банківських установах збільшить можливість ефективного надання комерційними банками повідомлень Уповноваженому органу, що знизить можливість легалізації коштів, отриманих зочинним шляхом.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Петряєва З. Ф.

Література: 1. Про запобігання та протидію легалізації (відмиванню) доходів, отриманих злочинним шляхом, фінансуванню тероризму та фінансуванню розповсюдження зброї масового знищення [Електронний ресурс] : Закон України від 14.10.2014 № 1702-VII. – Режим доступу : http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/1702-18. **2.** Про Сорок рекомендацій Групи з розроблення фінансових заходів боротьби з відмиванням грошей (FATF) [Електронний ресурс] : Спільна Постанова Кабінету Міністрів України і Національного банку України від 28.08.01 № 1124. – Режим доступу : http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/KP011124.html. **3.** Про затвердження Положення про здійснення банками фінансового моніторингу [Електронний ресурс] : Постанова Правління Національного банку України від 14.05.03 №189. – Режим доступу : http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/z0381-03. **4.** Колдовський М. В. Оцінка ризику клієнта банку на предмет можливості ним проводити операції по легалізації доходів / М. В. Колдовський, О. М. Ващенко // Проблеми і перспективи розвитку банківської системи України. – 2012. – Вип. 24. – С. 181–189. **5.** FATF Standarts. FATF 40 Reccomendations [Електронний ресурс]. – Режим доступ у: http://www.fatf-gafi.org/dataoecd/7/40/34849567.PDF. **6.** Метньова А. Внутренний финансовыій мониторинг как составляющая системь контроля за легализацией доходов, полученных преступным путем / А. Метньова // Вестник Национального банка Украины. – 2013. – № 12. – С. 24–29. **7.** Барановський О. И. Борьба с «отмыванием» денег в банковском секторе экономики / О. И. Барановський // Вестник Национального банка Украины. – 2002. – № 5. – С. 10–14. **8.** Биленчук П. Д. Правовые и управленческие принципы мониторинга, контроля, анализа финансового сектора экономики : международный и отечественный опыт / П. Д. Биленчук // Экономика. Финансы. Право. – 2008. – № 3. – С. 28–30.

ФИНАНСОВАЯ ОТЧЕТНОСТЬ КОМПАНИЙ ПО МЕЖДУНАРОДНЫМ СТАНДАРТАМ

УДК 006.32:658.14/.17(047.32)

Бащенко Н.

Студент 3 курса
факультета международных экономических отношений ХНЭУ им. С. Кузнеца

Аннотация. *Рассмотрены отдельные вопросы финансовой отчетности предприятий по международным стандартам. Приведены этапы развития системы международной стандартизации финансового учета. Выяснены преимущества и недостатки использования МСФО на предприятиях. Рассмотрены современные проблемы внедрения международных стандартов финансовой отчетности в Украине.*

Ключевые слова: *баланс, бухгалтерский учет, международные стандарты, финансовая отчетность.*

Анотація. *Розглянуто окремі питання фінансової звітності підприємств за міжнародними стандартами. Наведено етапи розвитку системи міжнародної стандартизації фінансового обліку. З'ясовано переваги та недоліки використання МСФЗ на підприємствах. Розглянуто сучасні проблеми запровадження міжнародних стандартів фінансової звітності в Україні.*

Ключові слова: *баланс, бухгалтерський облік, міжнародні стандарти, фінансова звітність.*

© Бащенко Н., 2015

Annotation. *The article is devoted to the specific issues of financial reporting according to international standards. An stages of development of the international standardization of accounting. Clarified the advantages and disadvantages of using IFRS in the workplace. The modern problems of implementation of international financial reporting standards in Ukraine.*

Keywords: *balance, accounting, international standards, the financial statements.*

Одним из важнейших назначений учетной системы является обеспечение данными различных категорий пользователей для принятия ими взвешенных экономических решений. Составление финансовой отчетности является основным элементом учета любого предприятия или фирмы.

Одним из главных элементов в системе принятия управленческих решений является финансовая отчетность, в которой изложена достоверная и надежная информация, соответствующая стандартам. Наличие такой отчетности вызывает доверие со стороны инвесторов и, как следствие, взаимопонимание в бизнесе.

Целью статьи является освещение особенностей финансовой отчетности предприятий по международным стандартам.

Предмет исследования – особенности применения отчетности предприятий по МСФО.

Объектом исследования является финансовая отчетность по международным стандартам.

Вопросы реформирования национальной системы бухгалтерского учета, а также применение международных стандартов всегда пользовались интересом как в научных кругах, так и среди специалистов-практиков. Наиболее основательно свои позиции по международным стандартам освещали в своих трудах С. Я. Зубилевич, Ф. Ф. Ефимова, Г. Г. Кирейцев, М. П. Войнаренко, Н. А. Пономарьова, О. В. Замазий, И. А. Белоусова. Вместе с тем целый ряд вопросов, связанных с применением международных стандартов в национальной системе бухгалтерского учета, нуждается в дальнейших научных исследованиях.

Международные стандарты финансовой отчетности (МСФО; англ. IFRS – International Financial Reporting Standards) – стандарты, утверждаемые Советом по международным стандартам бухгалтерского учета (англ. International Accounting Standard Board, сокращенно IASB), расположенным в Лондоне [1, с. 6].

Эту систему стандартизации относят к англосаксонской традиции финансового учета. МСФО характеризуются как стандарты, основанные на принципах (principles based standards), в отличие, например, от принятой в США системы ГААП, которая определяется как стандарты, основанные на правилах (rules based standards). Это означает, что стандартизация МСФО не ставит целью детализировать все процедуры и механизмы финансового учета, во многих случаях полагается на профессиональную самостоятельность бухгалтеров.

Согласно МСФО к финансовым отчетам относятся [2, с. 20]:

- Баланс;
- Отчет о прибылях и убытках;
- Отчет о движении денежных средств;
- Отчет о собственном капитале;
- Примечания к финансовым отчетам.

Другие отчеты (отчет руководства компании, отчет аудитора) включаются в отчетность предприятия, но не являются финансовыми отчетами.

Опираясь на определение Американского института дипломированных независимых бухгалтеров, «общепринятые принципы учета являются для конкретного периода времени консенсусом, в соответствии с которым отражаются в учете как активы и обязательства. Они регламентируют изменения в активах и обязательствах, нормы для составления документации финансовой отчетности». Эти стандарты являются нормативными документами, которые определяют процедуры и правила ведения бухгалтерского учета и составления финансовой отчетности [3, с. 44].

Основными преимуществами использования Международных стандартов отчетности являются [4]:

1. Точное определение положения имущества владельца предприятия;

2. Контроль над выполнением предприятием обязательств, наличие и движение имущества, эффективное использования материальных и финансовых ресурсов;

3. Позволяет осуществлять эффективный финансовый анализ предприятия по его ликвидности и платежеспособности;

4. Прогноз относительно будущей деятельности предприятия.

Недостатки использования МСФО [4]:

1. Отсутствие стандартизированных требований к применению национальных стандартов финансовой отчетности;

2. Недостаточное количество высококвалифицированных специалистов;
3. Наличие независимого аудита и профессиональных организаций бухгалтеров и аудиторов;
4. Неактуальность внедрения для небольших предприятий.

Для регулирования финансового учета определяют правила и принципы, на основе которых должна быть составлена отчетность, а также формы и показатели, расчет которых производится на основе установленных параметров. Эти стандарты в каждой стране называются по-разному, но значения остается неизменным. К примеру, в США и Японии существует система общепринятых принципов бухгалтерского учета, во Франции – нормы, в Великобритании – документы о стандартных принципах учета, в России – положения.

В табл. 1 представлен краткий обзор применения МСФО в некоторых странах [5].

Таблица 1

Особенности применения МСФО в разных странах [5]

Страна	Характерные черты
США	С 2007 года МСФО разрешены для иностранных эмитентов. Отсутствие четкого представления о законодательном обеспечение учета и отчетности. Принципы разрабатываются исходя из существующего опыта, традиций, широты их распространения, потребностей практики. Стандарты в США и других странах британо-американской учетной модели носят рекомендательный характер
Франция	МСФО обязательны в рамках процедур их принятия и внедрения в Евросоюзе начиная с 2005 года. Национальный совет по бухгалтерскому учету разрабатывает теоретическое и практическое решение бухгалтерских проблем, просматривает общие и специальные планы счетов, информирует о других учетные правилах. Ответственны за публикацию рекомендаций по учету и порядку составления отчетности, разработку стандартов и инструкций по их применению
Япония	МСФО разрешены с 2010 года для некоторых международных компаний. Правила ведения учета и составления отчетности определяют: 1. Совет по бухгалтерскому учету при Министерстве финансов; 2. Бюро по ценным бумагам Министерства финансов; 3. Министерство юстиции; 4. Институт сертифицированных общественных бухгалтеров
Германия	МСФО обязательны в рамках процедур их принятия и внедрения в Евросоюзе начиная с 2005 года. Стандарты, разрабатываемые Немецким комитетом по стандартам финансовой отчетности, регулируют все вопросы консолидированной отчетности. Требования к финансовой отчетности различаются в зависимости от величины предприятия. Компании освобождаются от публикации отчетности по немецким стандартам
Великобритания	МСФО обязательны в рамках процедур их принятия и внедрения в Евросоюзе начиная с 2005 года. Национальные стандарты учета и отчетности в Великобритании имеют общее название «Документы о стандартах и принципы учета». Используется постоянная система учета запасов. Затраты группируются по функциональному признаку
Россия	С 2012 года МСФО обязательны для листинговых компаний, банков, страховых компаний и при составлении консолидированной отчетности по другим основаниям. Включение текстов МСФО в состав национального законодательства без каких-либо изъятий или изменений

Следует отметить, что применение МСФО в Украине сопровождается рядом проблем, которые возникают вследствие того, что многие предприятия сталкиваются с финансовой отчетностью по стандартам МСФО впервые. Поэтому возникает ряд трудностей ведения учета по причине недостаточного регулирования законодательства, отсутствия опыта у специалистов.

Для решения такого рода проблем следует обратить внимание на следующие пункты [3, с. 50]:

1. Совершенствование первичной учетной документации с учетом условий рыночной экономики и международных стандартов бухгалтерского учета и финансовой отчетности;
2. Координация действий органов государственной власти, регулирующих организацию и методику бухгалтерского учета и отчетности;
3. Издание учебно-методической литературы с целью ознакомления с финансовой отчетностью по МСФО;
4. Подготовка, переподготовка и повышение квалификации специалистов в области бухгалтерского учета.

Следовательно, предприятия Украины должны реструктуризировать подход к ведению бухгалтерского учета в соответствии с требованиями МСФО [6]. Это касается, прежде всего, внесения изменений в учетную политику предприятия.

Таким образом, можно отметить, что стандарты МСФО позволяют не только регистрировать финансовые показатели, но и понимать процессы, происходящие в организации. Поэтому большинство стран прибегают к этому стандарту финансовой отчетности.

Дальнейшие исследования могут основываться на более глубоком изучении финансовой отчетности предприятий и сосредоточении внимания на особенностях международных стандартов в рамках развития организации и методики бухгалтерского учета хозяйственной деятельности предприятий.

Научный руководитель – канд. экон. наук, доцент Часовникова Ю. С.

Литература: 1. Войнаренко М. П. Міжнародні стандарти фінансової звітності та аудиту : навч. посіб. / М. П. Войнаренко, Н. А. Пономарьова, О. В. Замазій. – Київ : Центр учб. літ., 2010. – 488 с. **2.** Краївська І. А. Облік у зарубіжних країнах : конспект лекцій / І. А. Краївська. – Харків : ХНАМГ, 2009. — 243 с. **3.** Голов С. Міжнародні стандарти фінансової звітності: Зміни та поширення / С. Голов // Бухгалтерський облік і аудит. – 2009. – № 8–9. – С. 43–52. **4.** Огляд питань практичного використання Міжнародних стандартів фінансової звітності // Школа професійного бухгалтера. – № 1 (73). – 2007. – С. 8–9. **5.** Прокопович Д. Прогресс применения МСФО в мире [Электронный ресурс] / Д. Прокопович. – Режим доступа : http://prokopovich.org/2013/09/14. **6.** Міжнародні стандарти фінансової звітності зі змінами та доповненнями на 1.01.2012 р. // Міністерство фінансів України : офіц. сайт [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://minfin.gov.ua/control.

ЕКОНОМІЧНИЙ ЗМІСТ ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ ТА ЇХ ОЦІНКА

УДК 658.271

Бистро В. В.

Студент 4 курсу
факультету обліку і аудиту ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Розглянуто підходи науковців щодо поняття «основні засоби». Порівняно оцінку основних засобів у національних та міжнародних стандартах бухгалтерського обліку та Податковому Кодексі України. Наведено ключові розбіжності, що стосуються основних засобів у бухгалтерському та податковому обліку, на основі аналізу нормативних документів виділено їх головні ознаки.*

Ключові слова: *основні засоби, матеріальні активи, операційний цикл, вартість.*

Аннотация. *Рассмотрены подходы ученых относительно понятия «основные средства». Проведено сравнение оценки основных средств в национальных и международных стандартах бухгалтерского учета и Налоговом Кодексе Украины. Приведены ключевые разногласия, касающиеся основных средств в бухгалтерском и налоговом учете, на основе анализа нормативных документов выделені их главные признаки.*

Ключевые слова: *основные средства, материальные активы, операционный цикл, стоимость.*

Annotation. *The approaches of scholars on the concept of fixed assets, valuation of fixed assets compared to the national and international accounting standards and the Tax Code of Ukraine, the main differences are related to fixed assets in the accounting and tax accounting, highlighted their main characteristics by analyzing regulations.*

Keywords: *fixed assets, tangible assets, operating cycle, cost.*

Облік основних засобів на підприємстві посідає одне з важливих місць, які визначають масштаби та напрями розвитку підприємства. Вони визначають стратегічні можливості діяльності підприємства, а їх ефективне використання впливає на результати виробництва, тобто в кінцевому результаті – фінансовий результат, його здатність конкурувати з іншими товаровиробниками тощо.

Питаннями щодо аналізу основних засобів займаються багато провідних учених-економістів, такі як Т. А. Бутинець, Н. В. Довгалюк, Д. Л. Кузьмін, А. М. Михайлов, О. А. Наумчук, А. В. Янчев, В. Г. Швець та ін.

© Бистро В. В., 2015

Методологічні питання отримання інформації про основні засоби визначаються Положенням (стандартом) бухгалтерського обліку 7 «Основні засоби» (далі – П(С)БО 7) та міжнародним стандартом бухгалтерського обліку 16 (далі – IAS 16). Проте деякі питання відображені у Податковому Кодексі України. Отже, відсутність єдиного підходу до визначення поняття «основні засоби», а також його відображення в бухгалтерському та податковому законодавстві України є проблемою, що потребує подальшого дослідження.

Метою цієї статті є обґрунтування теоретичних положень для визначення категорії «основні засоби» на підставі аналізу світового та вітчизняного досвіду, виявлення відмінностей у податковій та бухгалтерській термінології про «основні засоби», а також оцінка основних засобів.

Діяльність будь-якого підприємства розпочинається з формування матеріально-технічної бази, а саме «основних засобів», відсутність яких унеможливлює функціонування та ведення поточної господарської діяльності підприємства. Саме обсяг акумульованих основних засобів дає підстави судити про розмір підприємства, його можливості та перспективи розвитку.

Сутність поглядів деяких науковців щодо поняття основних засобів наведено в табл. 1.

Таблиця 1

Деякі підходи до визначення поняття «основні засоби»

Автор підходу	Визначення поняття
Бабіч В.	Основні засоби – сукупність засобів праці, які функціонують у сфері матеріального виробництва в незмінній натуральній формі протягом тривалого часу та переносять свою вартість на заново створений продукт частинами в міру їх зношення
Баранік О.	Основні засоби – засоби праці виробничого та невиробничого призначення
Бондар О	Основні засоби – сукупність матеріальних активів у формі засобів праці, які беруть участь у процесі виробничо-комерційної діяльності і переносять на продукцію свою вартість частинами
Бутинець Т.	Основні засоби розуміються як ресурс, що знаходиться на підприємстві (динамічний баланс)
Довгалюк Н.	Основні засоби – це матеріальні активи підприємства будь-якої форми власності, що неодноразово використовуються у виробничих циклах та зберігають свою натуральну форму, переносячи свою вартість на вироблену продукцію частинами, строк використання яких перевищує один рік (операційний цикл)
Ковальов Д.	Основні засоби – матеріальні активи, які підприємство формує з метою використання їх у процесі виробництва чи постачання товарів, надання послуг або для здійснення адміністративних та соціально-культурних функцій і очікуваний термін корисного застосування яких перевищує рік

А от визначення поняття «основні засоби» в нормативних документах досить неоднозначне (табл. 2).

Таблиця 2

Поняття «основні засоби» в нормативних документах

Нормативний документ	Визначення
П(С)БО 7 «Основні засоби» [1]	Основні засоби – матеріальні активи, які підприємство або установа утримує з метою використання їх у процесі виробництва / діяльності або постачання товарів надання послуг, здавання в оренду іншим особам або для здійснення адміністративних і соціально-культурних функцій, очікуваний строк корисного використання яких більше одного року або операційного циклу
Податковий Кодекс України [3]	Основними засобами являються матеріальні активи, у тому числі запаси корисних копалин наданих у користування ділянок надр (крім вартості землі, автомобільних доріг загального користування бібліотечних і архівних фондів, матеріальних активів, вартість яких не перевищує 2500 гривень, невиробничих основних засобів і нематеріальних активів), що призначаються платником податку для використання у господарській діяльності платника податку, вартість яких перевищує 2500 гривень і поступово зменшується у зв'язку з фізичним або моральним зносом та очікуваний строк корисного використання (експлуатації) яких з дати введення в експлуатацію становить понад один рік (або операційний цикл, якщо він довший за рік)
IAS 16 «Основні засоби» [2]	Основними засобами є матеріальні об'єкти, що їх утримують для використання у виробництві або постачанні товарів чи наданні послуг; для надання в оренду або для адміністративних цілей; використовуватимуть протягом більше одного періоду

Щодо визначення поняття «основні засоби», слід зазначити розбіжність у бухгалтерському та податковому законодавстві. Незважаючи на те, що у Податковому кодексі відмовилися від поняття «основні фонди» на користь «основні засоби», що свідчить про наближеність Кодексу до положень бухгалтерського обліку, проте таке наближення не є повним, адже грошове обмеження віднесення до складу основних засобів залишилося, хоча і зросло від

1000 грн до 2500 грн. Таким чином, у податковому законодавстві основні засоби мають вартісну межу, що становить 2500 грн, а в бухгалтерському обліку вартісну межу підприємство встановлює власноруч і зазначає її в обліковій політиці підприємства, виходячи з економічної доцільності. У визначенні «основні засоби» у Податковому кодексі акцент зроблено на матеріальних активах, які призначаються для використання в господарській діяльності, тобто для цілей оподаткування використовуються лише виробничі «основні засоби». Натомість поняття основних засобів у П(С)БО 7 «Основні засоби» включає в себе як основні, так і невиробничі засоби. Тобто поняття «основні засоби», наведене у П(С)БО 7 «Основні засоби», більш ширше, ніж поняття, наведене у Податковому кодексі.

На сьогодні досить обговорюваним питанням для України є перехід на міжнародні стандарти фінансової звітності як крок до глобальної економічної інтеграції. Загалом в Україні з 2012 року підприємства мають можливість застосовувати міжнародні стандарти фінансової звітності за бажанням, крім тих, кому це встановлено законодавчо. Це, у свою чергу, вимагає певних змін у бухгалтерській практиці. Порівнюючи дефініції, наведені в П(С)БО та міжнародних стандартах, можна дійти висновку про їх подібність, яка зумовлена тим, що під час написання українських стандартів бухгалтерського обліку міжнародні стандарти використовувались як основа. Згідно вимог IAS 16 «Основні засоби» та П(С)БО 7 «Основні засоби» для визнання активу основним засобом існує один основний критерій – термін корисного використання.

На основі аналізу нормативних документів та наукових розробок ознаками основних засобів слід вважати: вартісність (перевищення встановленого державою ліміту); матеріальне вираження (гроші, засоби виробництва, устаткування тощо); функціональне призначення (сфера використання у виробництві, торгівлі чи наданні послуг); тривалість використання (не менше одного року); амортизаційність (здатність до зменшення вартості у зв'язку з використанням). Ці ознаки притаманні ресурсам, які утримуються на балансі підприємств, організацій та приватних осіб і використовуються в господарській діяльності. Згідно з цими ознаками і слід формулювати поняття «основні засоби».

Отже, основні засоби – це вартісно виражені ресурси, які утримуються суб'єктом господарювання з метою використання у процесі виробництва, постачання товарів і послуг, надання в оренду іншим особам або для здійснення адміністративних чи соціально-культурних функцій, очікуваний строк експлуатації яких становить не менше одного року чи визначається межами операційного циклу понад один рік, вартість яких зменшується у процесі використання.

Науковий керівник – викладач Шушлякова О. В.

Література: 1. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 7 «Основні засоби» [Електронний ресурс] : Наказ Міністерства фінансів України від 27 квітня 2000 року № 92. – Режим доступу : http://zakon2. rada.gov.ua/laws /show/z0288-00. **2.** Міжнародний стандарт бухгалтерського обліку 16 (МСБО 16) «Основні засоби» [Електронний ресурс] : вид. Радою з Міжнародних стандартів бухгалтерського обліку зі змінами станом на 1.01.2012 р. – Режим доступу : http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/929_014. **3.** Податковий кодекс України [Електронний ресурс] : Закон України від 02.12.2010 № 2755-VI. – Режим доступу : http://zakon3.rada. gov.ua/laws/show/2755-17 /page. **4.** Бутинець Т. А. Основні засоби: точка зору економіста / Т. А. Бутинець // Проблеми теорії та методології бухгалтерського обліку, контролю і аналізу. – 2012. – Вип. 2 (23). – С. 22–36. **5.** Довгалюк Н. В. Ефективність використання та відтворення основних засобів сільськогосподарських підприємств Центрального Полісся : автореф. дис. … канд. екон. наук : 08.00.04 / Довгалюк Наталія Валеріївна. – Житомир, 2010. – 20 с. **6.** Кузьмін Д. Л. Основні засоби та основні фонди: порівняльний аспект / Д. Л. Кузьмін // Проблеми теорії та методології бухгалтерського обліку, контролю і аналізу. – 2012. – Вип. 2 (23). – С. 148–155. **7.** Михайлов А. М. Основні засоби: визначення та класифікація / А. М. Михайлов // Вісник Сумського державного аграрного університету. – 2001. – Вип. 1 (10). – С. 156–159.

МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ ЩОДО АНАЛІЗУ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ НА ПІДПРИЄМСТВІ

УДК 330.522

Бистро В. В.

Студент 4 курсу
факультету обліку і аудиту ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Розглянуто необхідність визначення ефективності основних засобів; приділено увагу поглядам науковців щодо цієї проблематики та розроблено таблицю стандартизованих показників підприємства; розраховано таксономічний показник ефективності використання основних засобів.*

Ключові слова: *основні засоби, ефективність використання, коефіцієнти.*

Аннотация. *Рассмотрена необходимость определения эффективности основних средств; уделено внимание взглядам ученых относительно данной проблематики; разработана таблица стандартизированных показателей предприятия; рассчитан таксономический показатель эффективности использования основных средств.*

Ключевые слова: *основные средства, эффективность использования, коэффициенты.*

Annotation. *The necessity of determining the effectiveness of capital assets considered views of scientists on this issue and developed a standardized table of impacts, calculated taxonomic indicator of the effectiveness of fixed assets.*

Keywords: *fixed assets, efficiency, coefficients.*

На сучасному етапі розвитку нашої країни одним із найважливіших чинників розвитку економіки, збільшення об'ємів виробництва продукції на промислових підприємствах є забезпеченість їх основними фондами у необхідній кількості і асортименті. Але для вирішення цих задач необхідне не тільки повне забезпечення підприємства технічним потенціалом, тобто основними засобами, але і підвищення ефективності їх використання.

Питаннями аналізу основних засобів займаються багато провідних учених-економістів, зокрема Рибченко М. Ф., Череп А. В., Житна І. П та ін. Проте питання аналізу оцінки ефективності основних засобів являється недостатньо висвітленим у науковій літературі та потребує розгляду.

Метою цієї статті являється аналіз ефективності використання основних фондів.

Завданням цієї роботи є аналіз ефективності основних засобів на підприємстві.

Здійснення ефективних заходів щодо стабілізації економіки України і перехід до ринкових відносин потребують принципово нових підходів до управління основними засобами. Якісний стан останніх, ступінь їх розвитку, відповідність новим умовам господарювання і досягнення науково-технічного прогресу визначають рівень продуктивних сил суспільства, здатність його виробничого апарату вирішувати намічені завдання управління. Це зумовлює необхідність удосконалення організації та методики аналізу основних засобів та приведення їх у відповідність до вимог ринкової інфраструктури.

Розглянемо ефективність використання основних засобів на прикладі публічного акціонерного товариства «Конотопм'ясо».

Для визначення рівня ефективності діяльності ПАТ «Конотопм'ясо» в аналізованому періоді було розраховано таксономічний показник розвитку.

Було зроблено стандартизацію показників діяльності за формулою :

$$x_{st} = \frac{X - \overline{X}}{\sigma}, \qquad (1)$$

де x_{st} – стандартизоване значення показника;

X – значення показника;

$\overline{X}$ – середнє значення фактора;

σ – стандартне відхилення по фактору.

Стандартизовані показники ефективності основних засобів цього підприємства наведено в табл. 1. Також в табл. 1 виділено показники стимулятори та дестимулятори, розраховано значення координат вектора-еталона за

© Бистро В. В., 2015

коефіцієнтами основних засобів ПАТ «Конотопм'ясо». Варто зазначити, що координати вектора-еталона являють собою мінімальне значення серед стандартизованих показників.

Таблиця 1

Стандартизовані показники ефективності основних засобів ПАТ «Конотопм'ясо»

№	Роки	Коефіцієнт зносу основних засобів	Коефіцієнт придатності основних засобів	Коефіцієнт оновлення основних засобів	Коефіцієнт вибуття основних засобів	Рентабельність основних засобів, %
1	2010	0,672653239	-0,672653239	-0,66033818	-0,450957833	-0,040108439
2	2011	0,800777666	-0,800777666	-0,132067636	0,140462276	-0,972629655
3	2012	-1,377337585	1,377337585	1,452743995	-1,012806937	1,383741159
4	2013	-0,09609332	0,09609332	-0,66033818	1,323302494	-0,371003064
Стимулятор / Дестимулятор		-	+	+	-	+
Вектор-еталон		-1,377337585	1,377337585	1,452743995	-1,012806937	1,383741159

Для визначення рівня ефективності діяльності ПАТ «Конотопм'ясо» в аналізованому періоді було розраховано відстані від значень показників відповідного року до значень відповідних показників вектора-еталона.

Зазначена відстань розрахована за формулою звичайної евклідової відстані :

$$\sqrt{(xx-x1e)^2+(xx-x2e)^2+...+(xx-xne)^2}. \quad (2)$$

На наступному етапі було визначено відстані від значення *i*-го показника до значення відповідного показника вектора-еталона *j*-го року:

$$R_j=\sqrt{(1-x_{1j})^2+(1-x_{2j})^2+...+(1-x_{nj})^2}, \quad (3)$$

де R_j – відстані від значення *i*-го показника до значення відповідного показника вектора-еталона *j*-го року;

$x_{1e}, x_{2e}, ..., x_{ne}$ – показники ефективності діяльності вектора-еталона *j*-го аналізованого року.

Таксономічний показник ефективності основних засобів було розраховано за формулою:

$$K_i=1-\frac{d_{ij}}{d}, \quad (4)$$

де $d = d_{cp} + 2\sigma_0$ – сума середнього арифметичного значення евклідових відстаней та середньоквадратичне відхилення значення евклідових відстаней між об'єктом і еталоном;

$d_{cp}=x=\frac{\sum_{k=1}^{m} d_{ij}}{n}$ – середнє арифметичне значення евклідових відстаней;

$\sigma_0=\sqrt{\frac{\sum_{i=1}^{n}(d_{ij}-d_{cp})^2}{n}}$ – середньоквадратичне відхилення значення евклідових відстаней між об'єктом і еталоном.

Значення таксономічного показника ефективності основних засобів наведено в табл. 2.

Таблиця 2

Значення таксономічного показника ефективності основних засобів ПАТ «Конотопм'ясо»

№	Роки	Евклідова відстань	Таксономічний показник розвитку
1	2010	3,90039269	0,301107556
2	2011	3,778364504	0,322973194
3	2012	1,383741159	0,752054135
4	2013	3,652853756	0,345462856
Середнє значення відстаней		3,178838027	
Середнє квадратичне відхилення		1,200990814	
d = Середнє значення відстаней +2 * середнє квадратичне відхилення		5,580819655	

Як видно з наведеної табл. 2, рівень ефективності основних засобів в аналізованому періоді мав змінні тенденції. Це графічно наведено на рис. 1.

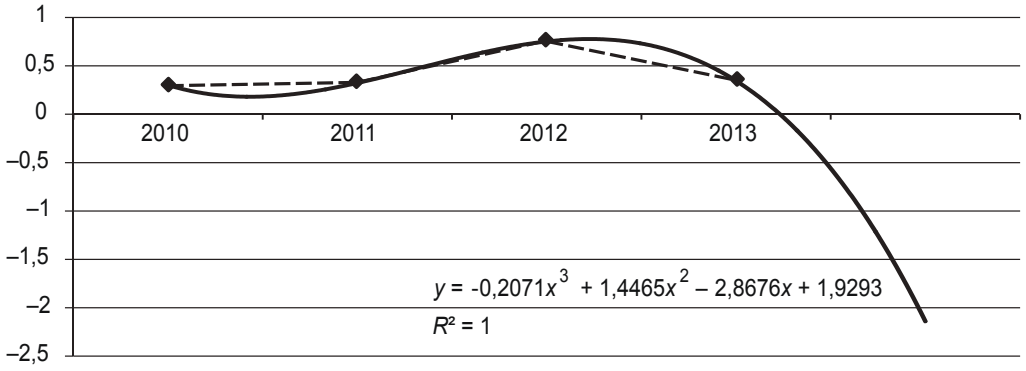


Рис. 1. **Динаміка таксономічного показника ПАТ «Конотопм'ясо»**

Як видно з проведених розрахунків, у період з 2010 по 2011 роки показник ефективності використання основних засобів майже не змінювався, а вже в 2012 році відбулося його різке зростання, що може бути пояснено за рахунок позитивного впливу коефіцієнтів придатності та оновлення, а також рентабельності основних фондів. Відповідно до даних, наведених на рис. 1, ми можемо стверджувати, що в наступному, 2014 році відбудеться зниження ефективності використання основних фондів на підприємстві ПАТ "Конотопм'ясо".

Отже, аналіз основних засобів відіграє надзвичайно важливу роль на підприємстві, оскільки саме основні фонди являються найважливішою ланкою виробничого процесу, і саме від їх стану та ефективності роботи залежить кількість виробленої продукції за одиницю часу, що безпосередньо впливає на чистий прибуток, який в майбутньому планує отримати підприємство, саме тому підприємства мають приділяти увагу ефективності основних засобів.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Петряєва З. Ф.

Література: 1. Мазуркевич І. О. Особливості відтворення основних засобів на підприємствах у ринкових умовах / І. О. Мазуркевич // Формування ринкових відносин в Україні. – 2008. – Вип. 4. – С. 59–61. **2.** Рибченко М. Ф. Проблеми та шляхи вдосконалення обліку основних засобів / М. Ф. Рибченко // Держава та регіони. – 2007. – Вип. 6. – С. 134–137. **3.** Череп А. В. Ефективність використання основних фондів підприємства / А. В. Череп // Держава та регіони. – 2009. – Вип. 6. – С. 212–215. **4.** Савицька Г. В. Аналіз господарської діяльності підприємства : навч. посіб. / Г. В. Савицька. – Київ : Знання, 2005. – 662 с. **5.** Лахтіонова Л. А. Фінансовий аналіз суб'єктів господарювання : монографія / Л. А. Лахтіонова. – Київ : КНЕУ, 2001. – 287 с.

ОСОБЛИВОСТІ СУЧАСНОГО ЕКОЛОГІЧНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

УДК 338.46-6:502/504(477)

Білаш А. В.

Студент 3 курсу
факультету міжнародних економічних відносин ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Розкрито особливості сучасного екологічного туризму в Україні, а також основні проблеми розвитку екотуризму в Україні. Проаналізовано стан екологічного туризму та подальший його розвиток в Україні.*

Ключові слова: *екологічний туризм, особливості, розвиток, туризм.*

Аннотация. *Раскрыты особенности современного экологического туризма в Украине, а также основные проблемы развития экотуризма в Украине. Проанализировано состояние экологического туризма и дальнейшее его развитие в Украине.*

Ключевые слова: *экологический туризм, особенности, развитие, туризм.*

Annotation. *In this article the author reveals the features of modern ecological tourism in Ukraine. Also reveals major problems of ecotourism development in Ukraine, examines the state of ecotourism and its further development in Ukraine.*

Keywords: *eco-tourism, features, development, tourism.*

Сучасні дослідження та публікації свідчать про існування екологічної кризи. Так, відповідно до дослідження М. Гончаренка, розораність території становить 56 %, тільки 8 % території країни перебуває в природному стані, на території України нині діють 193 стабільні осередки забруднення підземних вод, експлуатуються 303 великі водозабори підземних вод, основні забруднювачі повітря – підприємства металургії (30,7 %), енергетики (28,9 %), вугільної (17,2 %) та нафтохімічної промисловості (5 %), понад 40 % оксиду вуглецю, 45 % вуглеводів і близько 30 % окислів азоту від загальної кількості речовин, що потрапляють в атмосферу, припадає на транспорт [1].

Екологічна криза, в якій ми опинилися, дала поштовх усвідомити нам екологію як один із основних елементів розвитку сучасної культури та екотуризму.

З початку 80-х років нашого століття почали відбуватися зміни в пріоритетах мандрівників. Замість пекучого сонця перевага віддається озерам та дивовижним лісам, вивченню традицій кожної народності. Відповідно до дослідження Гловацької В. В. це також передбачає розвиток так званого екологічного туризму [2].

Проблеми екотуризму також досліджують міжнародні організації. Тенденції розвитку екологічного туризму визначені Всесвітньою Туристською Організацією (ВТО). За даними ВТО, екотуризм уходить у п'ятірку основних стратегічних напрямів розвитку туризму на період до 2020 р. За даними ВТО, у 2010 р. за кількістю прибуття іноземних туристів Україна займала 20-те місце у світі (12,7 млн осіб, що становить близько 1,5 % від світових туристичних прибуттів) [3]

Мета цієї статті полягає в дослідженні та визначенні особливостей сучасного екологічного туризму в Україні.

Зв'язок туризму з екологічною культурою вітчизняні науковці досліджували мало. З-поміж таких робіт є стаття Л. Багрова «Шляхи екологізації туризму».

Можна зауважити, що в українській науковій літературі щодо туризму екологічна проблематика більшою мірою опрацьована в роботах, пов'язаних із історією туризму, рекреацією, туристичними ресурсами [10]. Це дослідження О. О. Сударкіна, І. М. Голубець, Т. Г. Сокол, В. В. Гловацької та ін.

Так, Сударкін О. О. [7] вважає за необхідне ввести екологічну санацію – комплекс заходів щодо підтримки збалансованого розвитку природно-ресурсного потенціалу туристично-рекреаційних територій. При цьому її важливими компонентами мають стати: функції і повноваження органів місцевого (регіонального) самоврядування у напрямі забезпечення конкретних еколого-орієнтованих дій; оцінка прогалин щодо моніторингу наслідків нераціонального природокористування в межах туристично-рекреаційних територій; окреслене коло заходів відносно проведення екологічного аудиту цих територій з метою виявлення всіх джерел забруднення і комплексної еколого-економічної оцінки ризику; еколого-економічні критерії вибору ефективних проектних рішень у галузі туризму і рекреації; резерви забезпечення інвестиційних джерел, фінансування природоохоронних проектів туристично-рекреаційного спрямування.

© Білаш А. В., 2015

Голубець І. М. [8] вважає, що екологічна культура стосовно туризму часто розглядається як природо-охоронний аспект його розвитку. Така постановка питання свідчить про застережне ставлення до туризму, сприйняття його скоріше як загрозу природному середовищу, ніж як фактора, що здатен позитивно впливати на природне середовище. Скасувати це протиставлення можна за умови розуміння туризму як чинника розвитку екологічної культури, якщо під ним розуміти не лише природоохоронну діяльність як таку, а як цінність природи в очах суспільства, що відображується в нормах поведінки і ставленні до природи [8].

З такої точки зору туризм здатний виконувати культуротворчу роль і може розглядатися як різновид культуротворення у специфічній (екологічній) площині.

Використання людиною природного середовища в різних цілях туризму так чи інакше впливає на природу. Це пов'язано з тим, що природа виступає для людини об'єктом споживання. Також Голубець І. М. зазначає, що на сучасному етапі розвитку це набуло таких масових масштабів, що світова спільнота була змушена здійснити низку кроків нормативно-правового характеру, аби вберегти природне середовище свого ж існування від знищення [8].

Сокол Т. Г. використовує поняття екологічного туризму як туризму, пов'язаного з пошуком екологічно чистих зон на землі та їх збереженням. На її думку, крім подорожей для відпочинку в екологічно чистих зонах (національні парки, заповідники) і поїздок, де відпочинок поєднується з доглядом за природою, флорою та фауною (екологічні табори, робота в зоопарках, заказниках тощо), з екологічного туризму виділилися такі види, як сільський (зелений, або агротуризм) і фермерський туризм. Ці види туризму також несуть важливе соціальне навантаження, оскільки створюють умови для виживання і розвитку села. Екологічний туризм – вид туризму, що швидко розвивається. За оцінками ВТО, його частка у світовому туристичному потоці складає 2–4 %, але щорічні темпи зростання сягають 30 %.

Таким чином, Т. Г. Сокол розрізняє поняття екологічного туризму, сільського зеленого, аграрного, фермерського. При цьому екологічний туризм виступає як родове поняття щодо всіх інших.

Ці поняття певним чином пов'язані, проте є різними за своїм змістом. Екологічний туризм варто розуміти саме у другому значенні, тобто як туризм, який здійснюється з метою відвідання природних дестинацій, активне ядро яких складають природні об'єкти. Екологічний туризм відрізняється від морського чи гірськолижного відпочинку тим, що природа постає у ньому переважно як засіб задоволення суто естетичних, тобто духовних, потреб, на відміну від тих, в яких природа виступає засобом задоволення первинних, фізіологічних потреб людини, а метою є фізичне задоволення і рекреація [9].

Гловацька В. В. встановила, що розвиток екологічного туризму з індивідуального господарювання перетворюється в організаційну форму підприємницької діяльності, яка сприяє задоволенню потреб сільського населення і виступає як додаткове джерело його доходів. Важливою особливістю екологічного туризму є активна участь у ньому сільських жителів, які не мають належного досвіду самостійної діяльності, не володіють навичками туристичного обслуговування, але з метою покращення свого матеріального забезпечення змушені самореалізовувати себе, вдосконалюючи при цьому практично набуті знання [10].

Україна має великий природньо-екологічний потенціал, самобутність природних комплексів, що сполучають у собі красоту недоторканої природи зі звичаями і традиціями народів.

Найпопулярнішими видами екологічного туризму в Україні є аграрний (сільський зелений) туризм та рекреаційні зони відпочинку (парки, заповідники). Сільський туризм – це багатогранне явище, яке включає в собі можливість розвитку не тільки туризму, а й тих територій, зазвичай бідних, де розвивається цей вид туризму. Інший вид екологічного туризму, який безпосередньо розвинений на Україні, пов'язаний із лісовими рекреаційно-туристичними ресурсами. Адже широкий розвиток відпочинку та туризму в Україні, пов'язаний з використанням лісових ресурсів, привів до того, що останні набувають нових властивостей – джерела рекреаційних туристичних послуг. Рекреаційні ліси мають забезпечити потреби населення у відпочинку і оздоровленні, задоволенні фізичних, естетичних та пізнавальних потреб людини. Україна є однією з найбільш лісистих країн Європи. У 1989 р. ліси займали 8,6 млн га, що на 1,4 млн га більше, ніж у 1965 р. Площа лісів державного значення дорівнює 6,2 млн га (у 1961 р. – 5,4 млн га) [4].

Важливе рекреаційне туристичне значення в Україні мають заповідні території. Природозаповідний фонд України становить більше ніж 5 тис. об'єктів, його площа перевищує 1 млн га; на цій території представлені всі основні ландшафти України. Понад 80 % заповідної території (385,6 тис. га) припадає на об'єкти, що найбільш охороняються: 12 державних заповідників (140 тис. га), 4 заповідні мисливські господарства, природні національні парки (разом 245,5 тис. га). Найвизначніші природоохоронні території зосереджені в Карпатах, Криму, Київській, Рівненській, Волинській, Херсонській областях, тобто в регіонах, найбільш придатних для організації рекреаційно-туристичного господарства. Також найбільше рекреаційне значення мають природні національні парки, яких на Україні декілька, загальною площею 134,7 тис. га (0,2 % території країни; НПП «Синевир», НПП «Важницький», НПП «Подільські Товтри») [4].

Проблема екотуризму в Україні полягає в тому, що це досить новий вид туризму і недостатньо розвинений в наш час. Основними чинниками слабкого розвитку екологічного туризму в Україні є:

– відсутність соціально-політичних та економічних умов, сприятливих для інвестицій у розвиток екотуризму;

– відсутність детальної інформації про рекреаційні території національних природних парків і біосферних заповідників, їх реклама;

– відсутність туристичного продукту, що відповідає зразкам міжнародного туристичного ринку;

– відсутність у штатних працівників відповідних структурних підрозділів адміністрації національних природних парків і біосферних заповідників достатнього досвіду і знань щодо організації екотуризму;

– у сфері ціноутворення немає єдиних цивілізованих стандартів формування цін на послуги;

– недооцінювання участі місцевого населення в розвитку екотуризму [5].

Відповідно до дослідження Сергєєва Т. К. Україна має великий потенціал для розвитку екологічного туризму: достатньо природних ресурсів, значні перспективи для розвитку цього виду туризму, а саме таких напрямків, як природо-пізнавальний та реабілітаційний туризм, адже однією з найголовніших особливостей природно-туристичних ресурсів є те, що вони не відновлюються [6].

Отже, екологічний туризм – це вид туризму, який, у першу чергу, спрямований на збереження природних ресурсів та природи взагалі.

Надзвичайна кількість природних ресурсів, які має Україна, є головною особливістю розвитку екологічного туризму.

Проблеми, які пов'язані з екотуризмом в Україні, полягають у відсутності комплексної системи заходів, методів щодо збалансованого розвитку та його підтримки.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Наумік-Гладка К. Г.

Література: 1. Гончаренко М. М. Екологічна криза як чинник трансформації соціоприродної системи (соціально-філософський аналіз) : автореф. дис. ... канд. філос. наук : 09.00.03 / Гончаренко Марина Михайлівна ; Київ. нац. ун-т ім. Т. Шевченка. – Київ, 2005. – 20 с. **2.** Гловацька В. В. Розвиток підприємництва в системі становлення сільського (зеленого) туризму : автореф. дис. ... канд. екон. наук : 08.00.04 / Гловацька Валентина Василівна ; Держ. вищ. навч. закл. "Держ. агроекол. ун-т". – Житомир, 2008. – 20 с. **3.** Проблеми формування транскордонного туристичного брендингу [Електронний ресурс] / О. І. Гонта. – Режим доступу : http://www.chasopis.geci.cn.ua /nomer/2011/2/economics/11goittb.pdf. **4.** Лугова О. І. Внутрішній туризм в Україні: окремі аспекти / О. І. Лугова. – Київ : Ін-т туризму Федерації профспілок України, 2002. – 162 с. **5.** Голубець І. М. Туризм як фактор розвитку екологічної культури України (кін. XX – поч. XXI ст.) : автореф. дис. ... канд. культурології : 26.00.01 / Голубець Ірина Миколаївна ; Київ. нац. ун-т культури і мистецтв. – Київ, 2011. – 16 с. **6.** Сергеева Т. К. Экология туризма : учебник / Т. К. Сергеева. – М. : Финансы и статистика, 2004. – 360 с. **7.** Сударкін О. О. Еколого-економічна оцінка інвестиційної привабливості територій туристично-рекреаційної спрямованості [Електроний ресурс] /О.О.Сударкін.–Режимдоступу:http://irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis64r_81/cgiirbis_64.exe?C21COM=2&I21DBN=ARD&P21DBN=ARD&Z21ID=&Image_file_name=DOC/2006/06sootrs.zip&IMAGE_FILE_DOWNLOAD=1. **8.** Голубець І. М. Туризм як фактор розвитку екологічної культури [Електроний ресурс] / І. М. Голубець. – Режим доступу : http://irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis64r_81/cgiirbis_64.exe?C21COM=2&I21DBN=ARD&P21DBN=ARD&Z21ID=&Image_file_name=DOC/2011/11GIMEKU.zip&IMAGE_FILE_DOWNLOAD=1. **9.** Сокол Т. Г. Основи туристичної діяльності [Електроний ресурс] / Т. Г. Сокол. – Режим доступу : https://www.google.com.ua/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=14&cad=rja&uact=8&ved=0CFsQFjAN&url=http%3A%2F%2Ftourlib.net%2Fbooks_ukr%2Fsokol_otd.htm&ei=k5t8VNjCEubiywOi7oLQCw&usg=AFQjCNHzhJe06G8Rc60A_OcS5vpHBQTQug&bvm=bv.80642063,d.bGQ. **10.** Гловацька В. В. Розвиток підприємництва в системі становлення сільського (зеленого) туризму [Електроний ресурс] / В. В. Гловацька. – Режим доступу : http://irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis64r_81/cgiirbis_64.exe?C21COM=2&I21DBN=ARD&P21DBN=ARD&Z21ID=&Image_file_name=DOC/2008/08gvvszt.zip&IMAGE_FILE_DOWNLOAD=1.

КЛАСИФІКАЦІЯ ОБОРОТНИХ АКТИВІВ НА СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

УДК 641.12

Богомол В. В.

Студент 4 курсу
факультету обліку і аудиту ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Розглянуто, узагальнено, а також критично проаналізовано наявні погляди до виокремлення класифікаційних ознак оборотних активів. Виокремлено та обґрунтовано особливості функціонування сучасних сільськогосподарських підприємств. Уточнено класифікацію оборотних активів із урахуванням специфіки сільськогосподарських підприємств.*

Ключові слова: *оборотні активи, класифікація, сільське господарство, запаси, біологічний актив.*

Аннотация. *Рассмотрены, обобщены, а также критически проанализированы существующие взгляды к выделению классификационных признаков оборотных активов. Выделены и обоснованы особенности функционирования современных сельскохозяйственных предприятий. Уточнена классификация оборотных активов с учетом специфики сельскохозяйственных предприятий.*

Ключевые слова: *оборотные активы, классификация, сельское хозяйство, запасы, биологический актив.*

Annotation. *The existing views to the separation classifications of current assets. Summarized the views of scientists to isolation classifications of current assets. Make a critical analysis of existing views. Allocated and reasonably peculiarities of modern agricultural enterprises. The classification of current assets specific to agricultural enterprises.*

Keywords: *current assets, classification, agriculture, inventories, biological assets.*

У сучасних умовах розвитку та ускладнення ринкових відносин відповідні процеси деталізації та розширення відбуваються й в облікових системах вітчизняних підприємств. Водночас велике значення в умовах сьогодення мають сільськогосподарські підприємства. Таке зауваження, перш за все, ґрунтується на тому, що саме сільське господарство є визначальним важелем розвитку національної економіки в цілому. У той же час підґрунтям діяльності сільськогосподарського підприємства є оборотні активи, бо саме від їх наявності та якості залежить здатність підприємства до сталого функціонування.

На сьогодні існує певна плутанина в теоретичній базі, присвяченій сутності та економічному змісту оборотних активів на сільськогосподарських підприємствах, що проявляється насамперед через їх класифікацію. Саме це й зумовило актуальність цієї статті.

Постановка завдання На сьогодні питаннями сутності та класифікації оборотних активів займається ряд учених, серед яких доцільно виділити Л. О. Бетехтіну, О. М. Губарика, А. М. Римарчука, П. Л. Носова, І. С. Чухно та багато ін. Але все одно існує потреба в уточненні класифікації оборотних активів із урахуванням особливостей функціонування сільськогосподарських підприємств України. Отже, метою цієї статті є уточнення класифікації оборотних активів на сільськогосподарських підприємствах. Завдання при цьому полягають у такому: розглянути наявні погляди до виокремлення класифікаційних ознак оборотних активів, зробити критичний аналіз цих поглядів, уточнити класифікацію оборотних активів із урахуванням специфіки сільськогосподарських підприємств. Предметом цього дослідження виступає діяльність сільськогосподарських підприємств, а обєʼктом – процес розподілення оборотних активів на окремі групи за певними класифікаційними ознаками.

Результати дослідження. Нормативну класифікацію оборотних активів дає Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності» [1], але враховується в цьому документі лише одна класифікаційна ознака – за видами оборотних активів. Ця класифікація здійснюється через характеристику статей балансу, що входять у розділ 2 балансу «Оборотні активи», яку й наведено в додатку до цього положення. Охарактеризуємо детальніше групи ознак класифікації оборотних активів, які виділяються вітчизняними науковцями, та обґрунтуємо власне бачення щодо класифікації оборотних активів із погляду можливості застосування на сільськогосподарських підприємствах. Узагальнення поглядів учених на виокремлення ознак класифікації оборотних активів наведено в табл. 1.

Детальний аналіз напрацювань авторів, наведених у табл. 1, дозволив узагальнити класифікацію оборотних активів підприємства, що наведено на рис. 1.

Така класифікація є цілком доцільною та всебічно характеризує економічний зміст оборотних активів в умовах сьогодення.

© Богомол В. В., 2015

Таблиця 1

Узагальнення поглядів учених на виокремлення ознак класифікації оборотних активів

Автор	Ознаки							
	за характером джерел фінансування	за видами	за періодом функціонування	залежно від методів планування та регулювання	за часом перебування в кругообігу	за ступенем ліквідності	за ризиком вкладення	за формою функціонування
Бетехтіна Л. О. [2]	+		+					
Губарик О. М. [3]	+							
Івахненко В. М. [4]								+
Поддєрьогін А. М. [6]		+						+
Римарчук А. М. [7]	+	+				+		
Носов П. Л. [8]	+		+	+		+	+	
Кірейцев Г. Г. [9]	+	+						
Чухно І. С. [10]	+	+	+		+	+		+

Але водночас необхідно надати до цієї класифікації певні уточнення, які б ураховували особливості функціонування саме сільськогосподарських підприємств.

Що стосується класифікаційної ознаки «за видами», то для сільськогосподарських підприємств слід додатково зі складу запасів виділяти класифікаційний елемент «поточні біологічні активи», адже, попри свою немонетарну форму, такі активи недоцільно ототожнювати з іншими елементами запасів, які мають чітко виражену неживу природу.

Також уточнення потребує така класифікаційна ознака – за формою функціонування. Так, виділено поділ на монетарні та речові оборотні активи. Монетарну форму виділено щодо грошових коштів та їх еквівалентів. Решту оборотних активів відносять до речових. Але ця класифікаційна група не враховує особливостей сільськогосподарського виробництва та перехідної форми оборотних активів. Речові оборотні активи характеризують сукупність неживих предметів праці.

Однак у сільському господарстві до складу оборотних активів відносять і живі організми – тварини і рослини. Тому доцільно доповнити цю класифікаційну групу підгрупою «біологічні оборотні активи», виділяючи окремо їх як особливу категорію оборотних активів.

Окрім того, особливими формами функціонування оборотних активів являються дебіторська заборгованість та незавершене виробництво у сільському господарстві, оскільки у випадку з дебіторською заборгованістю один вид оборотних активів (продукція чи товари) вже відчужено, а на інший ще не набуто права власності (грошові кошти, короткострокові цінні папери чи матеріальні цінності на обмін).

Незавершене виробництво, особливо в рослинництві, теж характеризується зміною початкової форми оборотних активів без закінченої трансформації їх у готовий продукт. Тому на ці види у складі групи класифікації за формою функціонування доцільно виділити підгрупу – перехідну форму оборотних активів. Схематично обґрунтовані вище попозиції щодо уточнення класифікації оборотних активів сільськогосподарських підприємств зображено на рис. 2.

На думку автора, запропонована класифікація повною мірою відображає специфіку функціонування сільськогосподарських підприємств та охоплює всі необхідні елементи оборотних активів.

Обґрунтована класифікація оборотних активів має наукове та прикладне значення, дозволяючи побудувати чітку систему знань про оборотні активи та правильну систему обліку та аналізу їх наявності та руху. За результатами проведеного дослідження було отримано такі результати: вибрано та систематизовано ознаки класифікації оборотних активів, що виділені вітчизняними авторами; запропоновано класифікацію оборотних активів за формою функціонування для потреб сільськогосподарських підприємств: окрім матеріальної та речової форми цих активів, виділено в окремі підгрупи поточну біологічну форму оборотних активів та перехідну, яку представляють незавершене виробництво та дебіторська заборгованість.

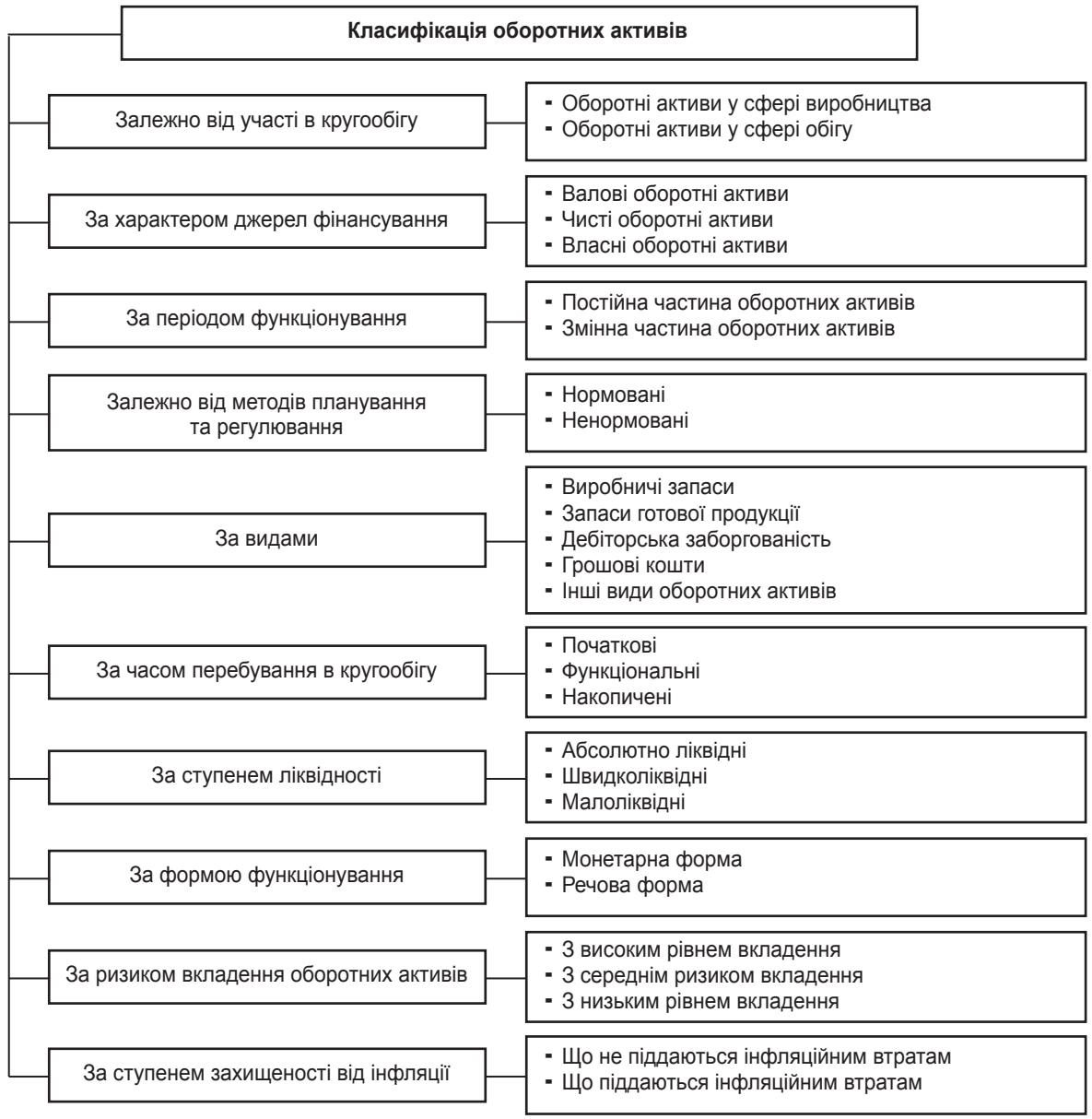


Рис. 1. **Класифікація оборотних активів підприємства**

Наукова новизна цієї статті полягає в уточненні класифікації оборотних активів на сільськогосподарських підприємствах.

При цьому як напрямок подальших досліджень слід вказати необхідність удосконаленя методів аналізу та оцінку оборотних активів сільськогосподарського підприємства.

Науковий керівник – старший викладач Горяєва М. С.

Література: 1. Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.nibu.factor.ua/ukr/info/instrbuh/npsbu1/© nibu.factor.ua. **2.** Бетехтіна Л.О. Економічна сутність оборотного капіталу підприємства / Л.О. Бетехтіна // Держава і регіони. Серія: Економіка і підприємництво. – 2006. – № 6. – С. 378–381. **3.** Губарик О. М. Оборотний капітал в управлінському обліку підприємства / О. М. Губарик // АгроСвіт. – 2010. – № 20. – С. 25–28. **4.** Івахненко В. М. Курс економічного аналізу : навч.-метод. посіб. для самост. вивч. дисц. / В. М. Івахненко, М. І. Горбаток. –2-ге вид., перероб. і допов. – Київ : КНЕУ, 2005. – 302 с. **5.** Панадій О. П. Наукові підходи до класифікації оборотних активів [Електронний ресурс] / О. П. Панадій. – Режим доступу : http://magazine.faaf.org.ua/content/view/1305/35. **6.** Поддєрьогін А. М. Фінанси підприємств : підручник / [А. М. Поддєрьогін, М. Д. Білик, Л. Д. Буряк та ін.] ; кер. кол. авт. і наук. ред. проф. А. М. Поддєрьогін. – 6-те вид., перероб. та допов. – Київ : КНЕУ, 2006. – 552 с. **7.** Римарчук А. М. Економічна сутність оборотних активів та їх класифікація / А. М. Римарчук // Формування ринкових відно-

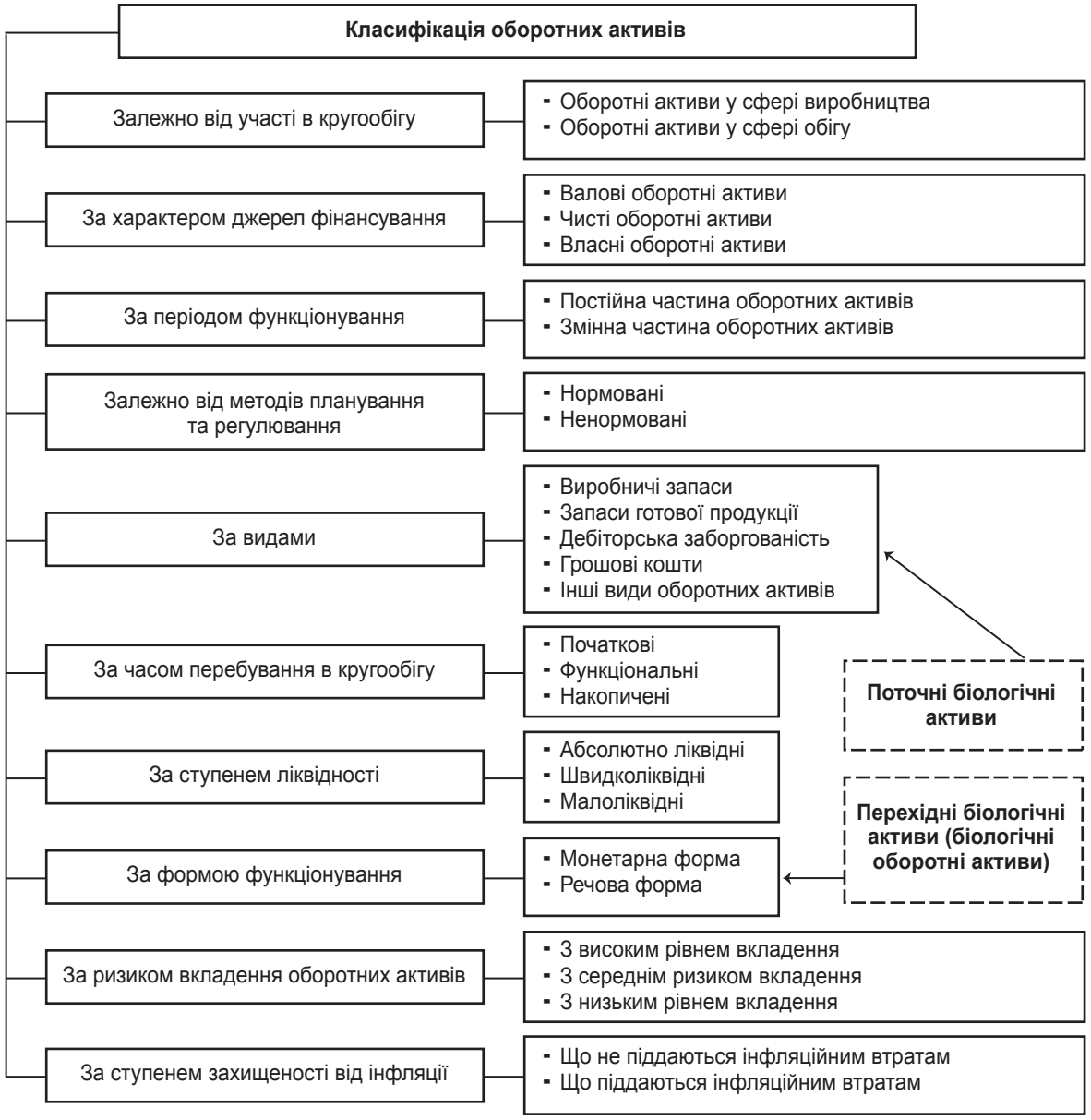


Рис. 2. **Класифікація оборотних активів сільськогосподарського підприємства** (запропоновано автором)

син в Україні. – 2010. – № 7/8. – С. 64–70. **8.** Носов П. Л. Сучасна класифікація оборотних активів / П. Л. Носов, Г. І. Купалова // Економіка і держава. – 2008. – № 7. – С. 43–46. **9.** Кірейцев Г. Г. Фінансовий менеджмент : навч. посіб. / Г. Г. Кірейцев. – 2-ге вид., перероб. та допов. – Київ : ЦУЛ, 2002. – 496 с. **10.** Чухно І. С. Удосконалення системи обліку, контролю і аналізу ефективного використання оборотних активів підприємства [Електронний ресурс] / І. С. Чухно, С. В. Рилєєв. – Режим доступу : http://intkonf.org/ udoskonalennya-obliku-kontrolyu-i-analizu-oborotnih-aktiviv-pidpriemstva.

УПРАВЛЕНЧЕСКИЙ УЧЕТ В СИСТЕМЕ УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЕМ

УДК 005:657

Бойченко О. В.

Студент 3 курса
факультета международных экономических отношений ХНЭУ им. С. Кузнеца

Аннотация. *Исследованы современные тенденции в развитии управленческого учета на предприятии. Выявлена связь между функциями управленческого учета и принятием управленческих решений руководством фирмы. Определены неотъемлемые элементы успешного ведения управленческого учета, формирующие информационное обеспечение менеджмента.*

Ключевые слова: *управленческий учет, стратегические цели, менеджмент, управленческие решения.*

Анотація. *Досліджено сучасні тенденції розвитку управлінського обліку на підприємстві. Виявлено зв'язок між функціями управлінського обліку та прийняттям управлінських рішень керівництвом фірми. Визначено невід'ємні елементи успішного ведення управлінського обліку, що формують інформаційне забезпечення менеджменту.*

Ключові слова: *управлінський облік, стратегічні цілі, менеджмент, управлінські рішення.*

Annotation. *Explores current trends in development of management accounting. Explains connection between functions of management accounting and management decisions. Identifies the essential elements of a successful management accounting, which form the management informational basis.*

Keywords: *management accounting, strategic goals, management, administrative decisions.*

Современная рыночная ситуация ставит перед предприятиями множество серьезных проблем, отсюда – необходимость во внедрении качественно новой формы управления субъектов хозяйствования. Предприятия, стремясь достичь наибольшей прибыльности своей деятельности и устойчивого функционирования в долгосрочной перспективе, пытаются использовать передовые технологии в управлении, чтобы обеспечить эффективность, согласованность и научную обоснованность принятия управленческих решений, которые касаются всех аспектов его хозяйственной деятельности.

Формирование и применение управленческого учета во внутренней системе предприятия является элементом целостного процесса обновления системы бухгалтерского учета. Данная тема является актуальной, так как каждому предприятию важно быть осведомленным о наиболее популярной продукции на рынке, о том, какие расходы необходимы на ее производство, и какой доход от реализации будет получен. Использование системы управленческого учета в процессе управления предприятием способствует сохранению устойчивости и продуктивности работы предприятия при современных нестабильных внешних условиях.

Целью статьи является исследование сущности управленческого учета, определение его места в учетной системе и роли в управлении предприятием.

Обьектом исследования является система управленческого учета на предприятии.

Предмет исследования представляет собой связь между функциями управленческого учета и принятием управленческих решений.

Несмотря на продолжительность исследований управленческого учета, среди ученых отсутствует единство взглядов относительно целесообразности внедрения его в практику отечественных предприятий. К причинам таких расхождений можно отнести отсутствие однозначной трактовки содержания и функций управленческого учета, его места в экономическом механизме предприятия.

Над исследованием функционирования управленческого учета на предприятиях работали такие отечественные и зарубежные ученые, как И. В. Аверчев, М. А. Вахрушина, В. П. Галенко, Р. Гаррисон, С. Г. Джойл, В. Б. Ивашкевич, В. Е. Керимова, Дж. Фостер, М. Чумаченко, А. Д. Шеремет. Они считают, что состав элементов системы управленческого учета может меняться в зависимости от стратегических целей предприятия.

Многие зарубежные ученые управленческий учет определяют как: «процесс непрерывного совершенствования планирования, проектирования, оценки и функционирования системы финансовой и нефинансовой информации, который направляет действия менеджера, мотивирует поведение, поддерживает и создает культурные ценности, необходимые для достижения стратегических, тактических и операционных целей предприятия» [1].

© Бойченко О. В., 2015

По нашему мнению, наиболее полным является определение системы управленческого учета, предложенное экономистом *Д.* А. Волошиным. По его мнению, под системой управленческого учета на предприятии следует понимать наблюдение, оценку, регистрацию, измерения, обработку, систематизацию и передачу информации преимущественно о затратах и результатах хозяйственной деятельности в интегрированной системе учета, нормирования, планирования, контроля и анализа с целью формирования достаточной информационной базы внутренним пользователям для принятия оперативных (тактических) и прогнозных (стратегических) управленческих решений [2].

Согласно интересам пользователей управленческий учет должен соответствовать следующим целям: децентрализация контроля, распределение ответственности за учетом расходов и формированием себестоимости продукции; упорядочение информации в управленческой отчетности, необходимой для принятия управленческих решений и разработки стратегических действий предприятия.

Управленческий учет включает в себя стратегию, механизм и инструментарий [3]. Размеры организации не важны для построения полноценной системы управленческого учета, так как эта система может эффективно работать как на малом предприятии, так и в большой корпорации, отличаться будет лишь комплекс применяемых инструментов и методов. В системе управленческого учета, кроме того, осуществляется оценка принятых решений на разных уровнях управления с точки зрения соответствия общей стратегии предприятия.

Основной задачей управленческого учета является обеспечение управленческого аппарата оперативной, достоверной и максимально полной, интегрированной информацией для принятия рациональных решений. При этом данные о затратах и результатах хозяйственной деятельности должны рассматриваться с точки зрения необходимых для управления объектов с целью оптимизации финансовых результатов деятельности предприятия. Качество управленческого решения зависит от того, какая информация будет предоставлена менеджерам. Именно такие ключевые решения влияют на формирование и воплощение структуры управления на предприятии, они также являются базисом для реализации функций менеджмента.

Система управленческого учета является информационно-аналитической составляющей механизма обоснования управленческих решений. На рис. 1 отражена взаимосвязь системы управленческого учета с процессом принятия управленческих решений по упрощенной схеме принятия решений. Из приведенной схемы понятно, что центральное место в процессе принятия управленческих решений отведено функциям системы управленческого учета.

Рис. 1. **Взаимосвязь системы управленческого учета с процессом принятия управленческих решений**

Для успешного процесса внедрения системы управленческого учета необходимы три составляющие:

– ресурсы для реализации – если предприятие планирует реализовать поставленную задачу, ему необходимо распланировать как денежные расходы, так и затратить немало времени на достижение результата;

– специалисты: менеджеры должны понимать, что для формирования системы управленческого учета в организации ей необходимы квалифицированны специалисты, способные предоставлять и анализировать нужную информацию;

– участие в процессе реализации: часто руководство считает, что не следует вмешиваться в сферу работы специалистов, однако узкопрофельный специалист не может без указания руководителя отбирать нужную информацию для принятия управленческих решений, следовательно – участие руководителя необходимо.

Управленческий учет дает ясное представление о структуре расходов компании, так как расходы, которые ранее включались в более общие статьи бухгалтерской отчетности (которая обычно готовится с целью предоставления внешним пользователям), становятся упорядоченными по объектам расходов [4]. Это позволяет руководству компании принимать эффективные решения в областях ценовой, товарной, инвестиционной, сбытовой политик, оценивать необходимость завоевания новых рынков, повышать уровень эффективности производственных операций, оптимизировать организационную структуру компании, успешно конкурировать на рынке и т. п. Именно это свойство управленческого учета – охватывать такой широкий диапазон сфер деятельности предприятия – делает его незаменимым для руководителей.

Таким образом, необходимость и преимущества внедрения управленческого учета на отечественных предприятиях очевидны. Правильно организованная и эффективно функционирующая система информационного обеспечения менеджмента должна в результате обеспечить надлежащий уровень конкурентоспособности предприятия, а следовательно – и его долгосрочное развитие. Элементы этой системы должны прежде всего решать задачи формирования, качественной оценки информационного массива в зависимости от целевых ориентиров предприятия.

Научный руководитель – канд. экон. наук, доцент Часовникова Ю. С.

Література: 1. Щирба М. Т. Концепция управленческого учета в Украине / М. Т. Щирба // Инновационная экономика. – 2012. – № 3 (29). – С. 140–147. **2.** Волошин Д. А. Проблемы организации систем управленческого учёта / Д. А. Волошин // Экономический анализ: теория и практика. – 2011. – № 22. – С. 52–57. **3.** Войко Д. В. Сущность управленческого учета и его место в управлении предприятием [Электронный ресурс] / Д. В. Войко // Управленческий учет. – 2010. – № 3. – Режим доступа : http://www.upruchet.ru/articles/2005/3/4022.html. **4.** Кольцова Т. А. Об организации системы управленческого учёта на предприятии / Т. А. Кольцова // Академический вестник. – 2010. – № 4. – С. 106–110.

ІННОВАЦІЙНІ ДОСЛІДЖЕННЯ – НЕВІД`ЄМНА СКЛАДОВА МАРКЕТИНГУ НА ПІДПРИЄМСТВІ

УДК 339.138

Болдирєва А. С.

Студент 3 курсу
факультету обліку і аудиту ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Розглянуто теоретичні основи інноваційного маркетингу. Інноваційний маркетинг покликаний підготувати новий продукт до ринку та ринок до нового продукту. Розглянута у статті ступенева модель виведення нового продукту на ринок дозволяє якнайкраще вирішити ці завдання.*

Ключові слова: *новий продукт, інноваційні дослідження, інноваційний маркетинг, ринок, споживачі.*

Аннотация. *Рассмотрены теоретические основы инновационного маркетинга. Инновационный маркетинг призван подготовить новый продукт к рынку и рынок к новому продукту. Рассматриваемая в статье ступенчатая модель вывода нового продукта на рынок позволяет лучше решить эти задачи.*

Ключевые слова: *новый продукт, инновационные исследования, инновационный маркетинг, рынок, потребители.*

© Болдирєва А. С., 2015

Annotation. *In the article the theoretical foundations of innovative marketing. Innovative Marketing aims to prepare a new product to the market and the market for a new product. Considered in the paper output power model of a new product to market can best solve these problems.*

Keywords: *new product, innovative research, innovative marketing, market, consumers.*

Постановка проблеми. Запровадження на вітчизняних підприємствах ефективного маркетингу інновацій потребує виділення ключових аспектів його управління, оскільки зазначені питання для них є новими і без належного розгляду ефективне відтворення інноваційної діяльності та її розвиток є проблематичним.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Серед сучасних вітчизняних і закордонних учених із маркетингу можна назвати таких як: В. Ю. Яковець, А. А.Харін, *Л. И.* Коленський, Г. А. Кундєєва, В. С. Тубалов, І. І. Вініченко, С. М. Ілляшенко, Т. С. Медведкін, О. В. Механік, І. В. Космидайло [5]. Інновацію вони розглядають як здатність перетворення науково-технічного прогресу в нові технології та продукти; кінцевий результат діяльності у вигляді конкретних товарів, технологій, процесів; внесення нових елементів, всього, що вперше увійшло до вжитку.

Виклад основного матеріалу. Сучасний розвиток економіки характеризується значною конкурентною боротьбою суб'єктів господарювання різних галузей. Такі умови вимагають переходу до нових, більш ефективних методів управління, що залежать від ряду чинників. Одним із найвагоміших і є інноваційний розвиток. Саме інновації дають змогу підприємствам займати лідируючі позиції на ринку, збільшувати прибуток, вести гідну конкурентну боротьбу [5].

Під категорією «маркетинг» сьогодні прийнято розуміти спосіб підприємницького мислення, наслідком якого є ринково зорієнтоване управління підприємством [5, с. 23]. Під категорією «інноваційний маркетинг» розуміють усі заходи, які ведуть до послідовної орієнтації всього інноваційного процесу на ринок. Його головною метою є успішне виведення і утвердження нового продукту на ринку задля отримання однозначних переваг перед конкурентами [1, с. 88].

Основними характеристиками інновацій є:

1) інновація не потребує революції всередині компанії [5, с. 22];
2) інновація – це не алхімія з містичними перебудовами [6, с. 60];
3) інновація не зводиться лише до творчості та створення «креативної культури» [7, с. 181];
4) інновація не обмежується лише процесами й інструментами системи стадій і підходів [5, с. 22];
5) інновація не зосереджується виключно на нових технологіях [7, с. 182];
6) інновація не є тим, чого кожна компанія потребує найбільшою мірою [6, с. 61].

Для того щоб інновація запрацювала на користь підприємству і стала невід'ємним компонентом його конкурентоспроможності, пропонується дотримуватися таких вимог [8, с. 52–53]:

1. Керівництво має визначити інноваційну стратегію, планувати інноваційні портфелі та заохочувати створення важливої цінності;

2. Необхідно ототожнювати інновацію з діловим менталітетом компанії;

3. Інновація має відповідати бізнес-стратегії компанії.

Тому основним завданням інноваційного маркетингу є підготовка нового продукту до ринку та підготовка ринку до нового продукту. Враховуючи суттєве розширення пропозиції товарів у світі та тенденції зростання насичення на багатьох ринках, це завдання набуває усе більшого значення і вимагає тісного взаємозв'язку між інноваціями підприємства та його потенційними споживачами.

Оскільки сьогодні поведінку на більшості ринків збуту визначають, а подекуди й диктують споживачі, то збут продукції представляє свого роду «вузьке місце» у процесі реального потоку товарів підприємства, що випливає на необхідність розробки відповідних заходів для гарантування успішності збуту [2].

Виведення нового продукту на ринок охоплює період від початку підготовчих заходів для виходу на ринок до його успішного утвердження на ринку, тобто до досягнення стабільного приросту обсягів реалізації. Часто кінцевим пунктом вважають досягнення точки беззбитковості. Щоб досягнути бажаних цілей збуту, звертаються під час і після виходу на ринок до класичних «чотирьох П»: із політик продукту, контрактації, комунікацій та дистрибуції формують індивідуальну маркетингову суміш для продукту, яка враховує особливості маркетингового сегмента. На відміну від уже наявних продуктів канали збуту для новинок залишаються відкритими, цінова та збутові політики, а також просування товару можуть бути вільно визначеними. При цьому потрібно звертати особливу увагу на те, щоб інструменти маркетингу послідовно використовувались і погоджувались [5, с. 22].

Проте, особливо у випадку інноваційних продуктів, класичні інструменти маркетингу варто доповнити маркетинговими дослідженнями [3].

Із огляду на значення етапу введення на ринок для гарантування успіху збуту і врешті-решт успіху цілого інноваційного процесу, необхідно використовувати інноваційні дослідження, дослідження ринку та дифузії інно-

вацій. Ці напрямки досліджень дають важливу інформацію для формулювання загальної маркетингової концепції зі складовими на довготривалу перспективу (напр., назва продукту, канали збуту), а також для виконання специфічних прийомів інноваційного маркетингу.

Необхідність маркетингових досліджень зумовлена потребою зниження ризику прийняття неправильного рішення за рахунок кращого знання і розуміння стану та динаміки факторів оточуючого середовища. Метою проведення маркетингових досліджень є виявлення можливості фірми посісти конкурентні позиції на ринку, знизити ризик і міру невизначеності, збільшити ймовірність успіху маркетингової діяльності.

Інноваційні дослідження ставлять за мету дослідити причини успіху або невдачі інновації. За допомогою визначених параметрів впливу та з огляду на ступінь впливу можна буде уникати помилок на стадії розробки та виходу на ринок, підвищити ймовірність успіху нових продуктів на ринку [4, с. 56].

Інноваційні дослідження переважно спираються на емпіричні дані, у яких однозначно відображені та проаналізовані поточні та закінчені інноваційні процеси. Цікавими у цьому сенсі є результати емпіричного дослідження європейських підприємств «NewProdIII», у яких проаналізовані різні фактори впливу на успіх інновації. Ці фактори стосуються як ринків збуту, так і продуктів та інноваційних процесів.

Динамічний інноваційний шлях розвитку підприємств, успіх і визнання сьогодні не означають, що завтра буде те саме. Розроблення нових підходів до вивчення інноваційних процесів, запровадження нових принципів інноваційного розвитку, а саме головне – визначення внутрішньоорганізаційних бар'єрів, які стримують упровадження інновацій, необхідні передумови розвитку ефективних і сучасних підприємств, економіки нашої держави в цілому [6, с. 63].

Встановлено, що проблема впровадження інновацій приховується в самих людях, які звикли чітко виконувати свої функції та працювати за правилами. У сучасних умовах українським компаніям необхідно переходити на шлях інноваційного розвитку, генерувати та впроваджувати нові інновації [9, с. 89].

Для подолання цих бар'єрів нами було запропоновано якісно нові, сучасні принципи.

Їхнє комплексне використання дозволить компаніям ефективно використовувати та впроваджувати вже розроблені інновації та створювати якісно нові, які відповідатимуть сучасним тенденціям наукового розвитку.

Проведене дослідження не вичерпує повною мірою питання ефективного впровадження інновацій на підприємствах. Подальший науковий пошук може бути пов'язаний із розробленням нових способів подолання бар'єрів, що виникають на шляху виходу інноваційного продукту на ринок, ефективних управлінських рішень, необхідних для реалізації інноваційних проектів [7, с. 187].

Висновки. Підводячи підсумок, можна сказати, що від інноваційної активності підприємства залежить його здатність задовольняти потреби споживачів, положення на ринку, конкурентоспроможність, фінансова стійкість, спроможність до виживання. На нашу думку, ключові аспекти управління маркетингом інновацій на підприємстві такі: притаманність реалізації маркетингу інновацій стратегічного характеру; інформаційна забезпеченість; управління інфраструктурою інноваційного маркетингу; управління розробленням концепції маркетингу інновації; управління маркетингом інновацій у структурі інноваційного процесу.

Науковий керівник – викладач Корчагіна Г. А.

Література: 1. Балабанова Л. В. Управління маркетинговим потенціалом підприємства : навч. посіб. для студентів вищ. навч. закл. / Л. В. Балабанова, Р. В. Мажинський. – Київ : Професіонал, 2006. – 280 с. **2.** Божкова В. В. Сутність та принципова відмінність системи управління підприємством на засадах концепції інноваційного маркетингу / В. В. Божкова, Н. С. Ілляшенко // Механізм регулювання економіки. – 2009. – № 2. – С. 117–122. **3.** Виноградов О. А. Методи аналізу конкурентоспроможності впровадження інновацій на засадах маркетингу / О. А. Виноградов // Актуальні проблеми економіки. – 2006. – № 1. – С. 45–52. **4.** Кардаш В. Я. Товарна інноваційна політика : підручник / В. Я. Кардаш, І. А. Павленко, О. К. Шафалюк. – Київ : КНЕУ, 2002. – 266 с. **5.** Одрехівський М. В. Моделювання систем управління інноваційних структур / М. В. Одрехівський // Економічна кібернетика. – 2008. – № 3–4 (51–52). – С. 22–26. **6.** Посилкіна О. В. Управління маркетингом інновацій у фармації на основі патентної інформації / О. В. Посилкіна, В. М. Тіманюк, Н. Й. Баран // Pharmaceutical review. – 2009. – № 3. – С. 60–63. **7.** Степанов М. В. Концепція розвитку інноваційних процесів у сфері виробничої інфраструктури / М. В. Степанов // Матеріали І Міжвідомчої наукової конференції «Сучасні тенденції міжнародних економічних відносин» (17 травня 2006 року, м. Київ). – Київ : НДІ МВ НАУ ; ІСЕМВ НАН України, 2006. – С. 181–187. **8.** Степанов М. В. Маркетингові дослідження інноваційних підприємницьких проектів / М. В. Степанов // Формування ринкових відносин в Україні : зб. наук. пр. – Вип.4 (59). –2006. – С. 52–57. **9.** Чухрай Н. Товарна інноваційна політика: управління інноваціями на підприємстві : підручник / Н. Чухрай, Р. Патора. – Київ : Кондор, 2006. – 398 с. **10.** Щербань В. М. Товарна інноваційна політика : навч. посіб. / В. М. Щербань, Л. Д. Козубенко. – Київ : Кондор, 2006. – 396 с.

БУХГАЛТЕРСЬКИЙ ОБЛІК БІОЛОГІЧНИХ АКТИВІВ В УКРАЇНІ

УДК 657.1:657.222

Болдирєва А. С.
Харченко Т. В.

Студенти 3 курсу
факультету обліку і аудиту ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Розкрито теоретичні та методологічні основи бухгалтерського обліку біологічних активів в Україні в контексті гармонізації національної системи обліку згідно з вимогами Міжнародних стандартів фінансової звітності. Досліджено практичні проблеми обліку біологічних активів, їх оцінки за справедливою вартістю. Сформовано рекомендації з удосконалення бухгалтерського обліку біологічних активів.*

Ключові слова: *облік, оцінка, біологічні активи, справедлива вартість.*

Аннотация. *Раскрыты теоретические и методологические основы бухгалтерского учета биологических активов в Украине в контексте гармонизации национальной системы учета согласно требованиям Международных стандартов финансовой отчетности. Исследованы практические проблемы учета биологических активов, их оценки по справедливой стоимости. Сформированы рекомендации по усовершенствованию бухгалтерского учета биологических активов.*

Ключевые слова: *учет, оценка, биологические активы, справедливая стоимость.*

Annotation. *The article deals with theoretical and methodological bases of accounting of biological assets in Ukraine in the context of harmonization of national accounting system in accordance with the requirements of International Financial Reporting Standards. The practical problems of accounting of biological assets and their fair value were investigated. Recommendations to improve the accounting of biological assets were generated.*

Keywords: *accounting, assessment, biological assets, fair value.*

Вступ. Біологічний актив – тварина або рослина, що під час біологічних перетворень здатні давати сільськогосподарську продукцію та / або додаткові біологічні активи, а також приносити в інший спосіб економічні вигоди.

Бухгалтерський облік біологічних активів – один із найважливіших джерел інформації для оперативного та стратегічного управління виробничою діяльністю аграрних підприємств. Рентабельність сільськогосподарського виробництва в Україні у 2013 р. склала 11,2 %, це менше, ніж у 2012 р., на 9,5 % [1]. Облікова інформація про рух, підсумки та зміни біологічних активів використовується під час складання планів виробництва і збуту продукції, нормування насіннєвого фонду і кормової бази, контролю їх цільового використання. Роль облікової інформації про біологічні активи формується згідно з Положенням (стандартом) бухгалтерського обліку (далі – П(С)БО) 30 «Біологічні активи» [2]. Завдяки цьому біологічні активи виділено в окремий об'єкт обліку, впроваджено методологічні основи обліку в сільському господарстві, які відповідають вимогам Міжнародного стандарту фінансової звітності (МСФЗ) 41 «Сільське господарство» [3].

При обліку біологічних активів підприємства керуються методичними рекомендаціями з бухгалтерського обліку біологічних активів [4].

Аналіз останніх наукових досліджень. Теоретичні та методологічні основи бухгалтерського обліку біологічних активів у контексті гармонізації національної системи обліку України згідно з нормами Міжнародних стандартів звітності досліджували провідні вітчизняні та зарубіжні вчені-економісти: А. С. Бакаєв, П. С. Безруких, Ф. Ф. Бутинець, В. Г. Гетьман, С. Ф. Голов, М. Я. Дем'яненко, Г. Г. Кірейцев, М. В. Кужельний, П. Т. Саблук, Я. В. Соколов, Л. К. Сук, Є. В. Фастова та ін. Методологію бухгалтерського обліку біологічних активів, що була впроваджена П(С)БО 30 «Біологічні активи», проблеми її практичного використання вивчали: С. М. Бичкова, Р. Є. Грачова, В. М. Жук, М. Г. Михайлов, В. Б. Моссаковський, Л. І. Хоружий та ін. Практичне впровадження в 2013–2014 рр. методологічних основ бухгалтерського обліку біологічних активів, встановлених П(С)БО 30 «Біологічні активи» та МСФЗ 41 «Сільське господарство», поліпшило якість обліково-аналітичних даних, необхідних для прийняття інвестиційних рішень. Водночас і досі має місце ряд теоретичних і практичних проблем, які ускладнюють управлінський облік у сільському господарстві і потребують обґрунтованого наукового дослідження. Враховуючи сказане, мета цієї статті – розкрити теоретичні та методологічні основи обліку біологічних активів у сільськогосподарських підприємствах України, визначити проблеми та сформувати рекомендації щодо їх вирішення.

© Болдирєва А. С., Харченко Т. В., 2015

Згідно з П(С)БО 30 «Біологічні активи» для цілей бухгалтерського обліку в цілому та організації синтетичного обліку зокрема біологічні активи класифікуються за такими класифікаційними ознаками:

1. Залежно від можливості багаторазового отримання сільськогосподарської продукції: споживні, біологічні активи – носії;

2. За ознакою зрілості: зрілі, незрілі;

3. За галузями: біологічні активи рослинництва, біологічні активи тваринництва;

4. За періодом надання економічних вигід: довгострокові, поточні, додаткові;

5. За характером відображення зносу: біологічні активи, що амортизуються; біологічні активи, що не амортизуються;

6. За правом власності: власні, орендовані;

7. За вартістю оцінки: за справедливою, за первісною;

8. Залежно від екологічного спрямування: екологічно чисті, традиційні, ГМО;

9. Залежно від мети використання: на продаж, для внутрішніх потреб підприємства;

10. За походженням: створені природою, створені людиною [2].

Усі біологічні активи поділяють на довгострокові і поточні.

Довгострокові біологічні активи – це усі біологічні активи, які не є поточними біологічними активами.

Поточні біологічні активи – це біологічні активи, здатні давати сільськогосподарську продукцію та / або додаткові біологічні активи, приносити в інший спосіб економічні вигоди протягом періоду, що не перевищує 12 місяців, а також тварини на вирощуванні та відгодівлі [2].

У процесі перетворення біологічних активів підприємство отримує сільськогосподарську продукцію. Згідно з П(С)БО 30 сільськогосподарська продукція – це актив, одержаний в результаті відокремлення від біологічного активу, призначений для продажу, переробки або внутрішньогосподарського споживання [2].

Придбаний (або отриманий) біологічний актив зараховується на баланс підприємства за первісною вартістю, яка визначається відповідно до П(С)БО 7 «Основні засоби» або П(С)БО 9 «Запаси» [5].

Біологічні активи сільгосппідприємств оцінюються за справедливою вартістю за вирахуванням очікуваних витрат на продаж. Основний метод визначення справедливої вартості – метод ціни активних ринків [6].

Вивчення ринкової інфраструктури аграрного сектора економіки України свідчить про відсутність активних ринків деяких видів активів (короткострокові біологічні активи рослинництва, незрілі біологічні активи тощо). Використання альтернативних методів неефективне в аграрних підприємствах. Все це ускладнює процедуру оцінки біологічних активів, збільшує трудові та матеріальні витрати на збір та документальне підтвердження інформації про ринкові ціни на активи і сільськогосподарську продукцію, може призвести до суб'єктивності даних фінансової звітності та прийняття необгрунтованих управлінських та інвестиційних рішень. Удосконалення методичних підходів визначення справедливої вартості біологічних активів пропонується шляхом реалізації низки методичних та організаційних заходів.

Заходи щодо вдосконалення теоретико-організаційних підходів оцінки біологічних активів за справедливою вартістю:

1. Теоретичні визначення справедливої вартості довгострокових біологічних активів на підставі поточної вартості майбутніх грошових потоків, яка розраховується як дисконтована вартість сільськогосподарської продукції, яка буде отримана від таких активів протягом усього терміну використання.

2. Організаційна переоцінка біологічних активів за справедливою вартістю відбувається тільки в кінці року; введення єдиних підходів моніторингу та фіксації цін на біологічні активи (сільськогосподарську продукцію), надання їх споживачам шляхом законодавчого закріплення зазначених функцій за конкретними юридичними суб'єктами, а саме регіональними оптовими ринками сільськогосподарської продукції, обласними управліннями статистики, інспекціями якості та формування цін при обласних державних адміністраціях; систематичне визначення ринкових цін на біологічні активи (місяць, квартал) і фіксація їх у внутрішньому документі бухгалтерського обліку затвердженої форми.

Практичне використання наведених рекомендацій дозволить сформувати в аграрних підприємствах оперативну, обгрунтовану та документально підтверджену інформацію про ринкову вартість усіх видів активів, контролювати правильність розрахунку справедливої вартості біологічних активів, забезпечити інформацію для аналізу результатів їх перетворень та ефективності використання.

Таким чином, дослідження практики обліку біологічних активів у сільськогосподарських підприємствах України показало, що впровадження норм П(С)БО 30 «Біологічні активи» та спеціалізованої методики їх обліку поки що не забезпечило необхідну організацію обліку в аграрних підприємствах, якість і повноту облікової інформації, прозорість і єдині підходи до формування інформаційного середовища для інвесторів. Водночас залучення

інвестиційних ресурсів в аграрний сектор, вихід України на міжнародні ринки сільськогосподарської продукції обумовлюють підвищення ролі бухгалтерського обліку біологічних активів та необхідність подальшого дослідження та удосконалення його теоретичних і методологічних основ.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Пасенко Н. С.

Література: 1. Державна служба статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.ukrstat.gov.ua. **2.** Положення (стандарт) бухгалтерського обліку «Біологічні активи», затверджене Міністерством фінансів України від 18.11.05 № 709 зі змінами та доповненнями [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/z1456-052. **3.** Міжнародний стандарт фінансової звітності 41 «Сільське господарство» від 22.06.2010 № 981 зі змінами та доповненнями [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/929_027. **4.** Методичні рекомендації з бухгалтерського обліку біологічних активів, затверджені Міністерством фінансів України від 29.12.06 № 1315 зі змінами та доповненнями [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://dtkt.com.ua/show/2cid04673.html. **5.** Маляревський Ю. Д. Облік у галузях виробництва та послуг : навч. посіб. / Ю. Д. Маляревський, М. С. Горяєва, Н. С. Пасенко. – Харків : Вид-во ХНЕУ, 2012. – 400 с. **6.** Фінансовий та управлінський облік на сільськогосподарських підприємствах : підручник / М. Ф. Огійчук, В. Я. Плаксієнко, М. І. Беленкова та ін. ; за ред. М. Ф. Огійчука. – 5-те вид., перероб. і допов. – Київ : Алерта, 2009. – 1056 с.

ОСОБЕННОСТИ ИНВЕНТАРИЗАЦИИ ОСНОВНЫХ СРЕДСТВ

УДК 657.6

Болкун К. В.

Студент 3 курса
факультета экономики и права ХНЭУ им. С. Кузнеца

Аннотация. *Рассмотрена инвентаризация как эффективный метод контроля сохранности имущества компании, правильность отражения активов и обязательств на счетах бухгалтерского учета, своевременное выявление и устранение расхождений между фактическими данными итогов инвентаризации и данными учета.*

Ключевые слова: *излишки, инвентаризация, недостача, материально ответственное лицо, убыль.*

Анотація. *Розглянуто інвентаризацію як ефективний метод контролю збереження майна компанії, правильність відображення активів і зобов'язань на рахунках бухгалтерського обліку, своєчасне виявлення й усунення розбіжностей між фактичними даними підсумків інвентаризації і даними обліку.*

Ключові слова: *надлишки, інвентаризація, недостача, матеріально відповідальна особа, спад.*

Annotation. *this article discusses the inventory, as an effective method of monitoring the safety of the company's assets, a correct reflection of the assets and liabilities in the accounts, timely identify and eliminate discrepancies between the actual data on the inventory and accounting data..*

Keywords: *inventory, loss, materially responsible person and the person in charge, decline.*

Инвентаризация является неотъемлемой частью существования каждого предприятия, поэтому тема является актуальной прежде всего потому, что с основными средствами как объектами учета связаны многие проблемы современной экономики: недостаточная конкурентоспособность продукции в связи с чрезмерным физическим и моральным износом оборудования, незагрузка производственных мощностей, низкая фондоотдача. Усиливается влияние учета основных средств, как на финансовое состояние субъектов хозяйствования, так и на качество представляемой ими отчетности. Поэтому правильность отражения в учете операций с основными средствами в настоящих условиях приобретает для многих организаций весьма важное значение.

© Болкун К. В., 2015

Значительный вклад в теоретические и практические основы инвентаризации основных средств внесли такие ученые, как: А. Г. Загородний, Л. Н. Зайцева, В. В. Ефимов.

Целью статьи является определение и обобщение особенностей инвентаризации основных средств, а также отражение их в бухгалтерском учете.

Совершенствование инвентаризации основных средств можно достичь с помощью:

1) автоматизации бухгалтерского учета;

2) повышения эффективности управления основными фондами предприятий;

3) изменения способы начисления амортизации;

4) создания резерва на ремонт основных средств.

Инвентаризация — это проверка наличия имущества организации и состояния ее финансовых обязательств на определённую дату путём сличения фактических её финансовых данных с данными бухгалтерского учёта. Это основной способ фактического контроля за сохранностью имущественных ценностей и средств.

Инвентаризации подвергаются следующие объекты бухгалтерского учёта:

1) основные средства;

2) материальные запасы;

3) готовая продукция;

4) товары в торговой сети;

5) наличные денежные средства;

6) ценные бумаги и денежные документы [1, с. 88].

При проведении инвентаризации основных средств нужно помнить:

1) обязательной проверке подлежит наличие не только самих объектов основных средств, но и технической документации на них (например, технического паспорта, технических условий эксплуатации и т.п.);

2) необходимо проверять и собственные основные средства, и те, которые приняты или сданы в аренду, на хранение или во временное пользование;

3) в соответствии с п. 3 Инструкции № 69 инвентаризация зданий, сооружений и других недвижимых объектов основных фондов может проводиться один раз в три года, а библиотечных фондов – один раз в пять лет.

Для того чтобы установить фактическое наличие основных средств, члены инвентаризационной комиссии (далее – комиссия) должны сверить данные бухгалтерского учета и записи о движении основных средств, провести осмотр объектов (группы объектов), подлежащих инвентаризации, в натуре по месту их нахождения или эксплуатации. Комиссии также следует определить степень пригодности для дальнейшей эксплуатации по прямому назначению конкретных объектов основных средств [2, с. 58].

Для оформления данных, полученных в ходе инвентаризации основных средств, можно воспользоваться формой инвентаризационной описи, которая была утверждена Постановлением № 241.

Такая опись составляется комиссией в одном экземпляре отдельно по каждому месту нахождения (эксплуатации) инвентарных объектов основных средств и каждому лицу, ответственному за их сохранность. В этот документ обязательно надо включить:

– расписку ответственного лица о том, что до начала проведения инвентаризации все приходные и расходные документы на основные средства, находящиеся в эксплуатации, сданы им в бухгалтерию, а те основные средства, которые оказались непригодными к эксплуатации, ликвидированы и сняты с учета;

– название и краткую характеристику основных средств, их заводской и инвентарный номера, балансовую стоимость, количество.

Опись обязательно подписывают все члены комиссии. Кроме того, ответственное лицо своей подписью должно подтвердить правильность данных, которые внесены в опись и отсутствие каких-либо претензий к членам комиссии.

На принятые в аренду основные средства составляется отдельная опись: по каждому конкретному арендодателю с последующей отсылкой ему одного экземпляра описи.

Однако для того, чтобы включить в инвентаризационный список основные средства, которые переданы в аренду, комиссия должна получить от арендатора экземпляр его инвентаризационной описи [3].

Заключительным этапом инвентаризации является определение её результатов. Возможны следующие варианты:

1) совпадение учётных и фактических остатков;

2) недостача (превышение учётных остатков над фактическими);

3) излишки (превышение фактического остатка над учётным);

4) пересортица (имущество одного наименования, но разных сортов находится одновременно в излишке и недостаче) [4].

Результат инвентаризации определяется отдельно по каждому виду имущества. Возможна ситуация недостачи по одной позиции инвентаризационной описи и излишков по другой. В этом случае итог подводится отдельно, недостача одного вида имущества не может погашаться излишками другого вида.

Недостача имущества может объясняться естественной убылью. При этом нормы естественной убыли применяются лишь к продуктам, учитываемым по массе. В пределах указанных норм естественная убыль продуктов может быть списана как расход предприятия [5].

Таким образом, инвентаризация является неотъемлемой частью эффективного функционирования предприятия. Инвентаризация проводится на основании письменного приказа руководителя, при этом создается комиссия из не менее трех человек, при этом в составе комиссии обязательно должно быть материально ответственное лицо. Результатом инвентаризации является инвентаризационная опись. В Украине данный процесс затягивается на длительный период, так как сводятся все номера, которые присвоены имуществу предприятия и хранятся в инвентарной ведомости, поэтому дальнейшим развитием инвентаризации является механизация и автоматизация данного процесса.

Научный руководитель – старший преподаватель Андрющенко В. А.

Литература: 1. Керимов В. Э. Бухгалтерский учёт / В. Э. Керимов. – М. : Эксмо, 2006. – 688 с. **2.** Бровкина Н. Д. Контроль и ревизия : учеб. пособие. – М. : ИНФРА-М, 2007. – 346 с. **3.** Особенности инвентаризации основных средств [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://uchebnikionline.com. **4.** Инвентаризация основных средств [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://consultant.parus.ua. **5.** Какие особенности проведения инвентаризации основных средств [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://uchebnikionline.com.

ГЕОГРАФІЯ ТУРИСТИЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ УКРАЇНИ

УДК 338.48:911.2(477)

Бондаренко Н. А.

Студент 3 курсу
факультету міжнародних економічних відносин ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Досліджено сучасний стан галузі туризму в Україні, її туристичний потенціал, а також приділено увагу проблематиці розвитку. Розглянуто вплив різноманітних факторів на розвиток туризму та збільшення туристичного потоку.*

Ключові слова: *туристичні ресурси, туристичний потенціал, привабливість території, санаторно-курортний комплекс, природно туристичні ресурси.*

Аннотация. *Исследовано современное состояние отрасли туризма в Украине, ее туристический потенциал, а также уделено внимание проблематике развития. Рассмотрено влияние различных факторов на развитие туризма и увеличение туристического потока.*

Ключевые слова: *туристические ресурсы, туристический потенциал, привлекательность территории, санаторно-курортный комплекс, естественно туристические ресурсы.*

© Бондаренко Н. А., 2015

Annotation. *Modern state of tourism in Ukraine, the tourism potential of the country and problems of development were investigated. The influence of various factors on the development of tourism and increase of tourism flow was researched.*

Keywords: *tourism resources, tourism potential, the attractiveness of the territory, sanatorium-resort complex, natural tourism resources.*

Стрімке зростання доходів від сфери туризму охоплює в останні десятиліття всю планету. Так, загальні доходи світового туризму в 2013 році досягли 1400 млрд доларів США. Додатковий дохід галузі склав у минулому році 218 млрд доларів США, повідомляє Всесвітня туристична організація (ЮНВТО) [6]. В Україні цей дохід склав 6497 млн грн у 2013 році. Це означає зниження доходу від туристичної галузі України на 2,4 % порівняно з 2012 роком, повідомила Державна служба статистики [7]. Таким чином, можна помітити, що галузь туризму є прибутковою. І чим правильніше використовувати туристичні ресурси, тим більше буде зростати прибуток.

Зростання прибутку залежить від якості та різноманітності туристичних послуг і ресурсів. У свою чергу, туристичний потенціал країни найбільше впливає на розвиток усієї сфери туризму.

Таким чином, мета статті полягає в аналізі географії туристичного потенціалу та привабливості України.

Під туристичним потенціалом розуміється вся сукупність природних, культурно-історичних і соціально-економічних передумов для організації туристичної діяльності на певній території [1].

За словником І. В. Зоріна та В. Квартальнова ресурси туристичні – це природні, історичні, соціально-культурні об'єкти, з об'єктами туристичного показу включно, а також інші об'єкти, здатні задовольняти духовні потреби туристів, сприяти відновленню та розвитку їх фізичних сил [3].

Існує безліч класифікацій туристичних ресурсів. Панкова Є. В. у своєму навчальному посібнику поділяє туристичні ресурси на дві великі групи: безпосередні та непрямі.

Безпосередні – природні та історико-культурні ресурси, використовувані самими туристами і відпочиваючими (привабливість ландшафту, оздоровчі місцевості, об'єкти пізнання тощо).

Непрямі (соціально-економічні) туристичні ресурси залучаються для освоєння і використання безпосередніх туристичних ресурсів; їх підрозділяють на матеріальні, технічні, фінансові, трудові та ін. [5].

Безперечно, що чим сильніше регіон насичений туристичними ресурсами, тим він більш привабливий з туристської точки зору. Тобто туристична привабливість території формується насамперед за наявності природних або історико-культурних туристичних ресурсів, а ще краще – за їх поєднання. Туристична привабливість часто непостійна і може змінюватися залежно від багатьох факторів, що впливають на привабливість туристичної території. Саме до них відноситься наявність сучасної матеріально-технічної бази туризму, зокрема новітніх готельних комплексів, спеціалізованих установ із відповідним асортиментом послуг, які вони виробляють тощо.

В Україні функціонує 1731 підприємство готельного типу, серед яких 1016 готелів, 42 мотелі, 12 кемпінгів та ін. Хоча лише близько 10 % від цієї кількості відповідають міжнародним стандартам і придатні для обслуговування іноземних туристів [7]. Тільки у 2001 р. в Києві з'явився перший п'ятизірковий готель. Високими стандартами визначаються готелі «Дніпро», «Русь», «Національний» (Київ), «Лондонська» (Одеса), «Гранд» (Львів), «Черемош» (Чернівці) [4].

Санаторно-курортний комплекс України доволі широкий, в таблиці наведено кількість закладів на 2012–2013 рр. [7].

Таблиця 1

Санаторно-курортні та оздоровчі заклади

	Санаторії та пансіонати з лікуванням		Санаторії-профілакторії		Будинки та пансіонати відпочинку		Бази та інші заклади відпочинку		Дитячі оздоровчі табори	
	всього	у них ліжок, тис.	всього	у них ліжок, тис.	всього	у них місць, тис.	всього	у них місць, тис.	всього	у них місць, тис.
2012	484	133	185	18	286	60	1925	208	17744	188
2013	477	132	165	15	271	57	1916	202	18549	191

В цілому туристично-рекреаційний і санаторно-курортний комплекс України нараховує понад 23,5 тис. підприємств для розміщення туристів [7].

Природні туристичні ресурси є важливими елементами туристичної привабливості території. До її складу входять: клімат, водні ресурси, прибережні зони водоймищ, мінеральні джерела, лікувальні грязі, рельєф, рослинний і тваринний світ, національні парки та заповідники, мисливські та рибальські угіддя, мальовничі пейзажі, унікальні природні об'єкти тощо [2]. Природну привабливість певної території для туристів визначають наявністю таких факторів: красою ландшафту та природних об'єктів; м'якістю клімату і комфортністю погодних умов; чистотою природних водойм; сприятливою екологічною ситуацією [3].

За таких умов, чим більш насичена територія складовими елементами природних ресурсів, тим вище задоволення певних потреб туристів і різноманітніше спектр організації різних видів туризму.

Наявність лісів сприяє також розвитку специфічних видів туризму, таких як зелений туризм та екотуризм.

Окрему цінність для туризму мають ландшафти, що відзначаються оздоровчими чи пізнавальними властивостями, включаючи рельєф, мальовничі краєвиди, печери. В Україні є печери, що за своїми розмірами не поступаються найбільш відомим у світі, і за відповідного обладнання їх можна перетворити на рекреаційно-туристичні об'єкти міжнародного значення. Вони локалізуються переважно в Подільсько-Буковинському районі (Оптимістична печера, Озерна печера, печера Попелюшка, Кришталева печера) та Карпатському регіонах (Млинки, Угольки, Сифон).

Особливу групу ландшафтів утворюють національні парки, державні заповідники, заказники, унікальні природні об'єкти, пам'ятки природи, парки, що є пам'ятками садово-паркового мистецтва, дендропарки, ботанічні сади, зоологічні парки, заповідні урочища, що складають природно-заповідний фонд. В Україні налічується понад 4818 одиниць природно-заповідних територій, у тому числі 20 природних заповідників [7].

Загальна площа природних рекреаційних ландшафтів в Україні становить 9,4 млн га (15,6% території держави), а їх одночасна місткість – майже 50 млн осіб [4].

Територія України характеризується винятково сприятливими кліматичними умовами для відпочинку, лікування. Клімат на більшій території України помірно континентальний, із сухим і переважно теплим літом, м'якою і вологою зимою. 150–190 днів на рік середньодобова температура перевищує +10 °С. Кліматичні умови дещо інші в Карпатах і на узбережжі Чорного моря [4].

Важливою складовою рекреаційних ресурсів є водні ресурси, до яких належать моря, озера, водосховища, річки, придатні для організації відпочинку і оздоровлення. Найважливішими з них є Азовське і Чорне море. Територією України протікає понад 70 тис. річок, серед яких найбільші – Дніпро, Дністер, Південний Буг, Сіверський Донець, Дунай. Більшість річок належить до басейнів Чорного та Азовського морів, 4 % - до басейну Балтійського моря. Головна водна артерія України – Дніпро, третя за довжиною ріка Європи (2285 км, з яких 1205 км припадає на територію України). Карпатські річки придатні для подорожей на байдарках і каное (Черемош, Прут, Тиса, Стрий та ін.). На території України понад 3 тис. природних озер і 22 тис. штучних водоймищ. Найбільша кількість озер на Волинському Поліссі [4].

Серед природно-рекреаційних ресурсів важливу роль відіграють бальнеологічні, до яких належать мінеральні води, лікувальні грязі. Заклади, що функціонують за рахунок використання бальнеологічних ресурсів, розташовані переважно в Карпатському і Причорноморсько-Азовському регіонах. Найбільша кількість мінеральних джерел припадає на західну частину України (Львівську і Закарпатську області). Значні запаси лікувальних грязей зосереджено в південних і північно-західних областях. Найстаріші грязьові курорти – Бердянськ, Куяльник. Торф'яні грязі використовуються на курортах Миргорода, Моршина, Черче та ін.

Історико-культурні туристичні ресурси, зокрема унікальні пам'ятки, можуть бути визначальними в організації туристичної поїздки.

Україна володіє значною історико-культурною спадщиною. У державному реєстрі налічується 130 тис. пам'яток. Функціонує 61 історико-культурний заповідник, 13 мають статус національних. За часткою відомих архітектурно-історичних туристичних ресурсів від загальної кількості пам'яток виділяються в Україну Волинська – 17,3 %, Закарпатська – 13,4 %, Львівська – 12,9 %, Тернопільська – 10,4 % і Чернівецька – 8,9 %. Привабливість історико-культурних туристичних ресурсів визначають рівнем художньої та історико-культурної цінності, навіть модою [7].

Всього в Україні налічується 5 тис. природних і 150 тис. історико-культурних пам'яток. З цього числа 12 тис. становлять інтерес як туристично-екскурсійні об'єкти, але функціонують у такій ролі лише близько 5,5 тис. (за деякими джерелами – 8 тис). В Україні існує 550 музеїв, у яких зберігається понад 9,9 млн експонатів [7].

Складовою частиною туристських ресурсів є гомогенні ресурси, під якими розуміють природні та культурно-історичні комплекси, пов'язані з минулим –як України, так і інших держав. До них відносять місця, пов'язані з життям, діяльністю чи перебуванням на території України видатних представників іноземних держав – О. Бальзака, А. Міцкевича, А. Рішельє, Ф. Ліста, Х. де Рібаса, У. Черчіля, Я. Гашека та ін. До цієї групи ресурсів належать також місця битв і поховання: військовий меморіал, присвячений британцям, що загинули під час Кримської війни 1853–1855 рр.; поховання шведів на полі битви під Полтавою та ін. У різних регіонах України, за підрахунками О. О. Бейдика, виявлено понад 500 об'єктів такого роду. Найширше вони представлені в західних (Львівській, Закарпатській, Чернівецькій), Одеській областях і в Києві. Понад 80 % цих ресурсів не задіяні в організації турів для іноземців [4].

Припустимо, що Україну можна розподілити на 5 частин за сторонами світу, виділимо основні туристичні ресурси, які знаходяться в цих зонах.

Таблиця 2

Історико-культурні ресурси України

Зони України	Ресурси	
	Історико-культурні ресурси	Приклади
Центральна Україна	Монастирі, собори, костели, пам'ятники архітектури	Монастирі Києво-Печерської лаври, Могила Т. Г. Шевченка, Софія Київська, Саур-Могила
Північна Україна	Монастирі, церкви, музеї, пам'ятники архітектури	Монастир Сергія Радонежського і резиденція Далай-лами, «Гетьманська столиця» в Батурині
Південна Україна	Архітектурні споруди, собори, церкви, музеї	Руїни Ольвії – в Миколаївській області
Західна Україна	Замки, музеї, фортеці, монастирі	Хотинська фортеця, Олеський замок, Підгорецький замок, Кам'янець Подільський
Східна Україна	Пам'ятники архітектури, церкви, музей, собори,	Захоронення шведів під Полтавою, споруди на острові Хортиця, Святогірська лавра

Таблиця 3

Природні туристичні ресурси України

Природні ресурси	Зони України				
	Центральна	Південна	Північна	Східна	Західна
Кліматичні		+			+
Бальнеогрязьові				+	+
Бальнеологічні		+			+
Мінеральні	+				+
Фітолікувальні	+		+		+
Пляжні		+			

Україна має унікальні природні умови і культурно-історичний потенціал для успішного розвитку туризму. Географія туристичних комплексів доволі щільна. На території нашої країни розташовані гори, моря, ліси, озера та річки, все необхідне для створення гарних передумов для розвитку туризму.

Україна має все необхідне для розвитку подорожей і оздоровлення: сприятливі природні умови, історико-культурні, матеріальні та людські ресурси. Туристично-рекреаційний потенціал створює можливості для всебічного задоволення пізнавальних, оздоровчо-спортивних і духовних потреб вітчизняних та іноземних туристів.

В Україні доходи від туризму доволі повільно зростають, бо запорука успіху в розвитку туризму полягає не тільки в туристичному потенціалі (рекреаційних комплексах, привабливості території, різноманітті видів туризму), але й у правильній державній політиці, яка повинна всебічно сприяти розвитку туризму.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Наумік К. Г.

Література: 1. О туризме : Закон Украины от 15.09.1995 №324/95-ВР [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/324/95-%D0%B2%D1%80. **2.** Бовсуновская А. Я. География туризма : учеб. пособие / А. Я. Бовсуновская. – Донецк : ДИТБ, 2002. – 240 с. **3.** Зорин И. В. Энциклопедия туризма : справочник / И. В. Зорин, В. А. Квартальнов. – М. : Финансы и статистика, 2008. – 368 с. **4.** Панкова Є. В. Туристичне краєзнавство : навч. посіб. / Є. В. Панкова. – Київ : Альтерпрес, 2003. – 352 с. **5.** Кусков А. С. Рекреационная география / А. С. Кусков, В. Л. Голубева, Т. Н. Одинцова ; Моск. психол.-соц. ин-т. – М. : Флинта : Моск. психол.-соц. ин-т, 2005. – 493 с. **6.** Всесвітня туристична організація [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www2.unwto.org. **7.** Державна служба статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.ukrstat.gov.ua.

ОБЛІК ВИТРАТ НА ЕКСПЛУАТАЦІЮ І РЕМОНТ АВТОМОБІЛІВ

УДК 657:629

Буряк Ю. Є.

Студенти 3 курсу
факультету обліку і аудиту ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Охарактеризовано поняття ремонту та його види. Визначено витрати, що виникають під час експлуатації автомобільного транспорту. Наведено документи, які регламентують проведення ремонтів та технічне обслуговування, а також показано їх відображення в бухгалтерському обліку. Розглянуто відмінності між технічним обслуговуванням і ремонтом.*

Ключові слова: *автомобіль, основний засіб, експлуатація, ремонт, технічне обслуговування.*

Аннотация. *Охарактеризовано понятие ремонта, указаны его виды. Определены расходы, возникающие при эксплуатации автомобильного транспорта. Представлены документы, регламентирующие проведение ремонтов и техническое обслуживание, а также показано их отражение в бухгалтерском учете. Рассмотрены различия между техническим обслуживанием и ремонтом.*

Ключевые слова: *автомобиль, основное средство, эксплуатация, ремонт, техническое обслуживание.*

Annotation. *The article describes the concept of repair and its species. Determined costs arise during the operation of road transport. These documents, which regulate repairs and maintenance and their reflection in accounting. We consider the distinction between maintenance and repair.*

Keywords: *car, main means, operation, repair, maintenance.*

У процесі експлуатації автомобілів необхідно постійно стежити за їх станом, бо найменша несправність може призвести до аварії. Саме для профілактики аварій і безпеки на дорогах потрібно регулярно проводити технічне обслуговування транспортних засобів, а за потреби – поточний або капітальний ремонт. А це чималі суми, тому вірне відображення в обліку витрат на експлуатацію та ремонт автомобілів є дуже важливим питанням в організації роботи всіх підприємств України, що експлуатують автомобілі.

Метою статті є дослідження поняття витрат, пов'язаних із експлуатацією і ремонтом автомобілів.

Дослідженням цього питання займались такі вітчизняні та закордонні вчені, як А. Л. Кольвах, В. І. Казарцев, В. С. Крамаров, А. І. Селиванов, І. С. Левитський, С. М. Петров, І. Е. Ульман, В. В. Єфремов, С. С. Черепанов та ін. Однак на сьогодні ця проблема все ще не отримала повного висвітлення.

На утримання автотранспортних засобів у справному стані, що забезпечує ефективне функціонування процесу надання транспортних послуг, галузь здійснює великі матеріальні витрати [1, с. 6].

Витрати, що виникають під час експлуатації автомобільного транспорту, можуть бути різні за призначенням: на будь-які види ремонту (капітальний чи поточний), на модернізацію та на технічне обслуговування.

Ремонт – це комплекс робіт із відновлення справності або працездатності автомобіля або складових його частин, тобто підтримання автомобіля у стані, придатному до використання [2].

Заміна окремих несправних частин для відновлення працездатності автомобіля є поточним ремонтом.

До капітального ремонту відносять роботи, які виконуються для повернення справності й цілковитого відновлення ресурсу роботи автомобіля з заміною будь-яких частин, у тому числі базових.

До витрат на проведення ремонтів транспортних засобів відносяться [3]:

- вартість запасних частин, деталей, вузлів та інших матеріалів;
- витрати на оплату праці робітників (слюсарів, верстатників, ремонтників та інших робітників) та відрахування на соціальні заходи;
- амортизаційні відрахування;
- вартість послуг ремонтних цехів та інших допоміжних виробництв, а також послуг, наданих сторонніми організаціями.

Проведення поточного або капітальному ремонту сприяє одержанню первинно визначеної суми майбутніх економічних вигод від його експлуатації та підтриманню об'єкта в робочому стані [4].

Для вірного відображення витрат на ремонт у бухгалтерському обліку підприємства необхідно користуватися нормами п. 15 П(С)БО 7 "Основні засоби", а саме: витрати на підтримання автомобіля в робочому стані та

© Буряк Ю. Є., 2015

отримання первісно визначеної суми економічних вигід від його використання включаються до складу витрат того звітного періоду, в якому вони понесені, та відображаються за дебетом рахунку 23 «Виробництво» або рахунків класів 8 і 9 залежно від сфери використання автомобіля [5].

До витрат на експлуатацію та утримання автомобілів, в тому числі технічний огляд та обслуговування, відносять [3]:

– витрати на проведення операцій із діагностики, регулювання та перевірка реєстраційної апаратури та вимірювальних приладів, операції з заміни мастила, очисні роботи тощо, заміна з'єднань та шлангів, клапанів;

– вартість мастильних, емульсій для охолодження, обтиральних матеріалів, спожитих палива, насосів, води;

– вартість на оплату праці робітників, які обслуговують виробниче та підйомно-транспортне устаткування (наладчиків, слюсарів, мастильників та інших робітників) та відрахування на соціальні заходи;

– амортизаційні відрахування;

– вартість послуг цехів і допоміжних виробництв.

Також до витрат на експлуатацію належать витрати на обслуговування автомобільного транспорту сторонніми організаціями, які полягають у підвищенні надійності роботи автомобіля .

До технічного обслуговування відносяться роботи з підтримки автомобілів у технічно справному стані, попередження передчасного зносу устаткування та його частин, забезпечення виконання вимог нормативно-правових актів із охорони праці та природного довкілля.

Під час технічного обслуговування проводиться комплекс робіт, спрямованих на підтримку технічного стану та заданих параметрів і режимів роботи технічного обладнання [6, с. 40].

Положення про технічне обслуговування та ремонт дорожніх транспортних засобів автомобільного транспорту, затверджене наказом Міністерства транспорту України від 30.03.98 № 102 (далі – Положення № 102) регламентує порядок проведення техобслуговування та ремонту автомобілів [7].

Згідно з пп. 1.3 ч. 1 Положення № 102 до технічного обслуговування (далі – ТО) відносять комплекс операцій із підтримки працездатності та справності транспортного засобу під час використання за призначенням, зберігання і транспортування [7].

До технічного обслуговування відносять такі види робіт [8]:

– перевірка нормального стану вузлів і агрегатів (контакти електроустаткування, рівні експлуатаційних рідин, натяг ременів, стан гальмових колодок, роботи вентиляції, обігрівача, кондиціонера тощо);

– заміна експлуатаційних рідин (гальмової рідини, рідини системи охолодження, моторного масла, трансмісійного масла тощо);

– заміна фільтрів (повітряного, масляного, паливного);

– заміна свічок і провідників запалювання;

– бортування та балансування коліс;

– інші обов'язкові регламентні роботи, визначені документацією виробника.

Вартість на вищеперелічені роботи відносять у повному обсязі на на валові витрати [5].

Від правильної класифікації витрат, спрямованих на підтримку об'єкта основних засобів у робочому стані, залежить порядок їх відображення в бухгалтерському обліку підприємства. Для податкового обліку не є важливим розподіл усіх виконаних робіт із обслуговування автомобілів на технічне обслуговування та будь-які види ремонтів (чи інші поліпшення).

Розділ ІІІ Податкового кодексу України (далі – ПКУ) в новій редакції від 10.04.2015 року не містить правил податкового обліку поточних витрат на утримання, ремонт та покращення основних засобів (автомобільного транспорту). Відсутня ст. 146 розд. ІІІ ПКУ Визначення вартості об'єктів амортизації, яка діяла до 31.12.2014 року, тобто знято 10 % обмеження щодо податкових витрат вартості робіт, пов'язаних із проведенням усіх видів ремонтів та поліпшень основних засобів [9].

В результаті дослідження можна дійти висновку, що в період експлуатації транспортних засобів проводять певні витрати на підтримання їх у належному стані:

– проведення технічного обслуговування;

– поточний та капітальний ремонти.

Поточний ремонт — виконується для забезпечення або відновлення працездатності виробу і полягає у заміні або відновленні окремих частин [10]. При цьому, згідно з п. 3.13 Положення №102, до поточного ремонту належать роботи, пов'язані з одночасною заміною не більше двох базових агрегатів (крім кузова і рами). Будь-який ремонт агрегатів (тобто без їх заміни) належить до поточного ремонту (п. 3.14 Положення №102) [7].

Капітальний ремонт — ремонт, що виконується для відновлення справності та повного або близького до повного відновлення ресурсу виробу із заміною або відновленням будь-яких частин, у т. ч. базових. До капітального ремонту належать роботи, пов'язані із заміною кузова для автобусів і легкових автомобілів, рами для вантажних автомобілів або одночасною заміною не менше трьох базових агрегатів [10].

Технічне обслуговування включає роботи по контролю за технічним станом, усунення неполадок, що вимагають негайного виконання, підготовку до сезонної експлуатації, забезпечення температурного режиму, вологості та інших показників у межах норм роботи автотранспорту [6, с. 40]. Отже, техобслуговування – це, передусім, профілактика несправностей.

Таким чином, відмінність між технічним обслуговуванням і ремонтом полягає в тому, що ТО передбачає підтримку працездатності автомобіля з профілактичною метою, а ремонт застосовується вже для повного відновлення, коли несправність є очевидною [10].

Згідно з чинними нормативами до складу витрат поточного періоду належать вартість витрат на ремонт, експлуатацію й технічне обслуговування автомобілів.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Пасенко Н. С.

Література: 1. Чабанний В. Я. Ремонт автомобілів : навч. посіб. / В. Я. Чабанний. – Кіровоград : Кіровоград. район. друкарня, 2007. – 720 с. **2.** Облік витрат на експлуатацію, ремонт і технічне обслуговування автомобілів [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://buklib.net/books/31511. **3.** Витрати на утримання і експлуатацію основних засобів [Електронний ресурс] – Режим доступу : http://subject.com.ua/economic/accounting1/30.html. **4.** Витрати на утримання і експлуатацію основних засобів [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://zalik.org.ua/index.php?newsid=32921. **5.** Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 7 «Основні засоби» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.nibu.factor.ua/ukr/info/instrbuh/psbu7. **6.** Маляревський Ю. Д. Облік у галузях виробництва і послуг : навч. посіб. / Ю. Д. Маляревський, М. С. Горяєва, Н. С. Пасенко. – Харків : ВД «ІНЖЕК», 2012. – 400 с. **7.** Положення про технічне обслуговування і ремонт дорожніх транспортних засобів автомобільного транспорту [Електронний ресурс] : Наказ Міністерства транспорту України від 30.03.1998 № 102. – Режим доступу : http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/z0268-98. **8.** Відображення в обліку підприємства витрат на утримання автомобіля [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://consultant.parus.ua/_d.asp?r=03P503c8527dc5ae92e 26b847a56c93b0240b. **9.** Податковий кодекс України : Закон України від 02.12.2010 № 2755-VI зі змінами і доповненнями від 10.04.2015 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/2755-17. **10.** Автомобілі на підприємстві [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.prof-buh.in.ua/автомобили-на-предприятии-то-или-ремо.

ВЫБОР МАРКЕТИНГОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ В ЗАВИСИМОСТИ ОТ ЖИЗНЕННОГО ЦИКЛА ОРГАНИЗАЦИИ

УДК 005.41:659.127

Буряк Ю. Е.
Херхадзе А. О.

Студенти 3 курса
факультета учета и аудита ХНЭУ им. С. Кузнеца

Аннотация. *Рассмотрены понятия жизненного цикла организации и маркетинговых коммуникаций. Определены основные виды маркетинговых коммуникаций, раскрыта их характеристика. Выделены преимущества и недостатки каждого из рассмотренных видов. Исследована взаимосвязь между жизненным циклом организации и применяемыми видами маркетинговых коммуникаций.*

© Буряк Ю. Е., Херхадзе А. О., 2015

Ключевые слова: *жизненный цикл организации (ЖЦО), маркетинговая коммуникация, реклама, сбыт, личные продажи.*

Анотація. *Розглянуто поняття життєвого циклу організації і маркетингових комунікацій. Визначено основні види маркетингових комунікацій, розкрито їх характеристику. Виділено переваги та недоліки кожного з розглянутих видів. Досліджено взаємозв'язок між життєвим циклом організації та застосовуваними видами маркетингових комунікацій.*

Ключові слова: *життєвий цикл організації (ЖЦО), маркетингова комунікація, реклама, збут, особисті продажі.*

Annotation. *In the article is considered the concepts of the life cycle of the organization and marketing communications. The main types of marketing communications are defined and disclosed their characteristics. There are advantages and disadvantages of each of the above types, which are considered as well. The relationship between the life cycle of the organization and practiced forms of marketing communications is investigated.*

Keywords: *enterprise life cycle (life-cycle), marketing communication, advertising, marketing, personal selling.*

Каждая организация проходит через определенные циклы. Определение текущего положения дает возможность лучше понять происходящее, правильно выбирать стратегию и принимать адекватные управленческие решения, а также прогнозировать будущее развитие самой организации. В то же время от того цикла, в котором находится организация, будет зависеть и выбор правильной маркетинговой концепции, обеспечивающей эффективную взаимосвязь между потребителями и производителями (продавцами).

Многие ученые занимались исследованиями как в области жизненного цикла организации, так и в области маркетинговых коммуникаций. К ним можно отнести И. Дубровина, Т. Дейкина, Ф. Котлера, П. Друкера, Дж. Бернетта, С. Мориарти, и др. Однако на сегодняшний момент некоторые вопросы в данных областях знаний еще не были полностью раскрыты.

Существует множество определений жизненного цикла. Достаточно полную характеристику этому понятию дал ученый Г. А. Козаченко. По его мнению, жизненный цикл – это совокупность этапов деятельности системы, последовательно сменяющих друг друга, и каждый из которых характеризуется определенной целью деятельности и состоянием как большой производственно-финансовой системы в целом, так и ее структурных единиц, особой формой организационного механизма, реализующего достижения стратегических и оперативных целей деятельности системы [2].

Понятие жизненного цикла можно рассмотреть на разных уровнях: на уровне товара, организации, проекта, отрасли и пр.

В данной статье жизненный цикл рассматривается на уровне организации.

Существует большое количество определений термина «жизненный цикл организации», некоторые из них приведены в табл. 1.

Таблица 1

Определение понятия «жизненный цикл организации»

Автор	Определения
Б. Мильнер [1]	Жизненный цикл организации – это процесс, когда организации зарождаются, развиваются, добиваются успехов, ослабевают и в конце концов прекращают свое существование
С. Корягина [3]	Жизненный цикл организации – это иерархическая система, на верхнем уровне которой три основных стадии: харизматическая организация (зарождение), рациональная организация с сильной организационной культурой (расцвет и зрелость), иррациональная организация (потеря)
П. Михненко [4]	Жизненный цикл организации – последовательность предсказуемых изменений состояния организации (стадий, этапов) с течением времени
Е. Емельянов, С. Поварницына [5]	Жизненный цикл организации – процесс, который обязательно включает такие стадии, как формирование организации, ее интенсивный рост или «размножение», стабилизацию и кризис (спад)
И. Бланк [6]	Жизненный цикл организации – это общий период времени от начала деятельности предприятия до естественного прекращения его существования или возрождения на новой основе (с новым составом владельцев и менеджеров, с принципиально новой продукцией, технологией и т. п.)

На наш взгляд, определение, данное Бланком, наиболее оптимально [6], т. к. именно в его представлении ЖЦО выступает периодом времени. Этот период начинается с зарождения организации и оканчивается в момент прекращения ее существования или же возрождения на совершенно новой основе.

В табл. 2 представлены несколько определений маркетинговых коммуникаций, которые упоминаются в различных научных работах.

Таблица 2

Определение понятия «маркетинговые коммуникации»

Автор	Определения
Т. Дейкин [7]	Маркетинговые коммуникации – это деятельность, обеспечивающая передачу информации о товаре или фирме потребителям
Ф. Котлер [8]	Маркетинговые коммуникации – управление процессом продвижения товаров и услуг на всех этапах: перед продажей, в момент покупки, во время и по завершении процесса потребления
П. Друкер [9]	Маркетинговые коммуникации – это творческая форма дифференциации рынка, всегда конкурентная, всегда стремящаяся убедить потребителей, акционеров и служащих, что рыночное предложение данного бизнеса является лучшим для них вариантом, и поэтому они должны сделать выбор в его пользу
Дж. Бернетта [10]	Маркетинговые коммуникации – это процесс передачи информации о товаре целевой аудитории, с целью создания, поддержания или изменения позиций и / или поведения целевых аудиторий по отношению к конкретному продукту (товару), услугам, организациям и т. д.
И. Дубровин [11]	Маркетинговые коммуникации – система взаимосвязанных мероприятий для обеспечения продаж по установлению, поддержанию и развитию связей с целевой аудиторией

По нашему мнению, наиболее полно раскрыл понятие маркетинговых коммуникаций П. Друкер [9], т. к. он обращает наше внимание на конкурентность самих маркетинговых коммуникаций и творческий подход при их реализации. Ученый дает обоснование основной цели маркетинговых коммуникаций – всегда стремиться убедить потребителей, что именно данный товар, услуга или оказываемая работа является лучшим для них вариантом и его следует выбрать. При этом он делает акцент на том, что маркетинговые коммуникации стремятся убедить, привлечь внимание не только потребителей, но также акционеров и служащих самой организации.

На наш взгляд, при выборе маркетинговых коммуникаций необходимо учитывать ЖЦО, т. к. в зависимости от того, на каком этапе развития находится организация, руководству следует выбирать наиболее эффективные и подходящие именно к данной ситуации элементы маркетинговых коммуникаций.

Маркетинговые коммуникации позволяют управлять вниманием покупателей, увеличивая интерес к конкретным продуктам и побуждая потребителя тратить свои средства именно на них.

В систему маркетинговых коммуникаций входят четыре основных вида: реклама, связи с общественностью (PR), стимулирование сбыта, личные продажи [12].

Следует отметить, что наиболее эффективным методом продвижения продукции для потребительских товаров является реклама, в то время как для продукции производственного назначения предпочтение отдается личным (персональным) продажам [13].

В табл. 3 представлены преимущества и недостатки наиболее распространенных маркетинговых коммуникаций.

Таблица 3

Преимущества и недостатки основных элементов маркетинговых коммуникаций [на основе 14]

Виды маркетинговых коммуникаций	Преимущества	Недостатки
1	2	3
Реклама (любая форма неличного представления и продвижения идей, товаров и услуг, оплачиваемая точно установленным заказчиком)	– Контроль за тем, что сказано, кому сказано, где и когда – Является затратно-эффективным методом взаимодействия с крупными массовыми аудиториями – Создает символизированные обращения к потребителю и имидж самого предприятия	– Затраты на производство и размещение могут быть очень высоки – Отсутствие прямой обратной связи – Недостаток доверия к рекламе и ее игнорирование
Персональные продажи (персонифицированное представление товара или услуги в ходе беседы с одним или несколькими потенциальными покупателями с целью последующей продажи)	– Наличие непосредственного контакта между покупателем и продавцом – Продавец может адаптировать сообщение о продукции в зависимости от специфических нужд потребителя – Наличие обратной связи – Непосредственная ориентация на целевые рынки и типы потребителей	– Охват крупных аудиторий посредством персональных продаж может оказаться дорогостоящим – Ограниченность охвата аудитории – Сложность доведения целостного и единого сообщения до всех потребителей

Окончание табл. 3

1	2	3
Стимулирование сбыта (многообразные средства кратковременного воздействия, которые призваны стимулировать потребительские рынки (купоны, премии, конкурсы, зачёты за покупку и пр.))	1. Большой выбор средств стимулирования сбыта 2. Стимулирует потребителей делать покупки 3. Обеспечивает продажи потребителям, чувствительным к цене, которые используют купоны или покупают продукты со скидкой	1. Краткосрочность результата 2. Требует наличие рекламы 3. Простота копирования метода конкурентами
Связь с общественностью (PR) (формирование благоприятного общественного мнения об организации и ее продукции)	1. Широкий охват потребительской аудитории 2. Многообразие применяемых форм 3. Ориентация на решение широкомасштабных задач на долговременную перспективу	– Нерегулярность, единовременность мероприятий – Отсутствие у фирмы гарантий формирования положительного отношения к ней и её товарам – Недостаток контроля компании над сообщением

Итак, для достижения максимальной эффективности применения маркетинговых коммуникаций руководителю организации необходимо учитывать, на каком жизненном цикле развития находится организация. Это позволит не только увеличить объемы продаж, но и продлить наиболее рентабельную стадию жизненного цикла организации – зрелость.

Особенности применения маркетинговых коммуникаций в зависимости от стадии жизненного цикла организации представлены в табл. 4.

Таблица 4

Использование маркетинговых коммуникаций в зависимости от стадии ЖЦО [на основе 12]

Стадия жизненного цикла организации	Характеристика стадии жизненного цикла	Затраты на сбыт	Особенности применения видов маркетинговых коммуникаций
Выход организации на рынок (зарождение)	Неосведомленность об организации	Большие	Должны быть отражены основные характеристики и особенности новой организации. Использование информационной рекламы, стимулирования сбыта и PR
Рост	Признание организации	Становятся стабильными, не превышают средних показателей фирмы	Следует сделать акцент на качестве продукта, престижности организации, на высокий уровень обслуживания. Использование увещевательной и сравнительной рекламы, личных продаж и стимулирования сбыта
Рост	Признание организации	Становятся стабильными, не превышают средних показателей фирмы	Следует сделать акцент на качестве продукта, престижности организации, на высокий уровень обслуживания. Использование увещевательной и сравнительной рекламы, личных продаж и стимулирования сбыта
Зрелость	Большинство потенциальных покупателей приобрело данный продукт, и темпы роста продаж падают	Увеличиваются по сравнению с предыдущим периодом, если требуется удержать на прежнем уровне объем сбыта	Должна возрастать интенсивность увещевательной или сравнительной рекламы, возобновление PR-кампаний.
Спад	Резкое снижение продаж, распродажа остатков, малая заинтересованность в организации	Небольшие, с увеличением для возврата на стадии роста или зрелости	Использование напоминающей рекламы и стимулирования сбыта

Таким образом, эффективность применения различных видов маркетинговых коммуникаций во многом зависит от того, на какой фазе жизненного цикла находится сама организация. Поэтому при осуществлении организацией мероприятий по сбыту продукции ей необходимо систематически анализировать такой важный маркетинговый показатель сбытовой деятельности, как стадия жизненного цикла.

Научный руководитель – преподаватель Корчагина Г. А.

Литература: 1. Мильнер Б. С. Теория организации : учебник. – 2-е изд., перераб. и доп. – М. : ИНФРА-М, 2003. – 480 с. **2.** Козаченко Г. О. Формування механізму стратегічного управління великими виробничо-фінансовими сис-

темами промисловості : автореф. дис. … д-ра екон. наук : 08.07.01 / Г. О. Козаченко ; Ін-т економіки промисловості НАН України. – Донецьк, 2005. – 36 с. **3.** Корягина С. В. Экономическая оценка и планирование жизненного цикла развития предприятия : автореф. канд. экон. наук : 08.06.01 / С. В. Корягина. – М. : Изд-во НУ «Львовская полиехника», 2004. – 21 с. **4.** Михненко П. А. Принципы моделирования жизненного цикла организации / П. А. Михненко // Менеджмент в России и за рубежом. – 2009. – № 4. – С. 9–17. **5.** Емельянов Е. Н. Жизненный цикл организационного развития / Е. Н Емельянов, С. Е. Поварницына // Организационное развитие. – 2004. – № 2. – С. 26–32. **6.** Бланк И. А. Словарь-справочник финансового менеджера [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://www.consensus-audit.ru/dic/blank/zhiznennyij-czikl-predpriyatiya. **7.** Дейнекин Т.В. Маркетинговые коммуникации : учеб.-практ. пособие. – М. : Изд. центр ЕАОИ, 2008. – 80 с. **8.** Котлер Ф. Основы маркетинга / Ф. Котлер. – М. ; СПб. ; Киев : Вильямс, 2003. – 352 с. **9.** Друкер П. Ф. Задачи менеджмента в XXI веке : учеб. пособие / П. Ф. Друкер. – М. : Вильямс, 2004. – 272 с. **10.** Барнетт Дж. Маркетинговые коммуникации. Интегрированный подход. – СПб. : Питер, 2007. – 230 с. **11.** Дубровин И. А. Маркетинговые коммуникации / И. А. Дубровин – М. : Дашков и Ко, 2012. – 578 с. **12.** Дерюгина С. Комплекс маркетинговых коммуникаций: элементы, их формы и содержание [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://www.marketing.spb.ru/read/article/a44.htm. **13.** Методы продвижения товара [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://www.ikt.hneu.edu.ua/mod/folder/view.php?id=4310. **14.** Габинская О. С. Маркетинговые коммуникации : учеб. пособие для студ. учреждений высш. проф. образования / О. С. Габинская, Н. В. Дмитриева. – М. : Академия, 2010. – 240 с.

СРАВНИТЕЛЬНАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА МЕТОДОВ НАЧИСЛЕНИЯ АМОРТИЗАЦИИ СОГЛАСНО НАЦИОНАЛЬНЫМ И МЕЖДУНАРОДНЫМ СТАНДАРТАМ

УДК 657.425:006.44(100)

Буряк Ю. Е.

Студент 3 курса
факультета учета и аудита ХНЭУ им. С. Кузнеца

Аннотация. *Рассмотрены методы начисления амортизации основных средств в соответствии с требованиями национального Положения (стандарта) бухгалтерского учета 7, Налогового кодекса Украины и Международного стандарта бухгалтерского учета 16. Определены преимущества и недостатки каждого метода начисления амортизации, приведена их характеристика.*

Ключевые слова: *основные средства, амортизация, методы начисления амортизации.*

Анотація. *Розглянуто методи нарахування амортизації основних засобів відповідно до вимог національного Положення (стандарту) бухгалтерського обліку 7, Податкового кодексу України та Міжнародного стандарту бухгалтерського обліку 16. Визначено переваги та недоліки кожного методу нарахування амортизації, наведено їх характеристику.*

Ключові слова: *основні засоби, амортизація, методи нарахування амортизації.*

Annotation. *In the article describes the methods of depreciation of fixed assets in accordance with the requirements of the national Position (standard) accounting 7, the Tax Code of Ukraine and International Accounting Standard 16. The advantages and disadvantages of each method of depreciation is given their characteristics.*

Keywords: *fixed assets, depreciation, amortization methods.*

Изучение методов начисления амортизации имеет существенное значение в организации эффективной производственно-хозяйственной деятельности предприятия в условиях рыночной экономики Украины, так как выбор правильной и оптимальной учетной политики начисления амортизации во многом помогает предприятию минимизировать налоги и ускорить процесс обновления оборудования, что особенно актуально сейчас, при быстром развитии научно-технического прогресса.

В процессе эксплуатации основные средства постепенно изнашиваются физически и морально, перенося частями свою стоимость в виде амортизационных отчислений на себестоимость продукции, услуг.

© Буряк Ю. Е., 2015

Понятия амортизации и методы её начисления всегда были предметом научных исследований ведущих украинских и зарубежных ученых-экономистов. Эти вопросы изучали Борщ Н., Пироженко О., Витковская О., Кузнецов В., Чернышова Н., Примакова Е., Покропивный С., Бережная И., Бутинец Ф., Маляревский Ю.

Целью статьи является исследование понятия амортизации и ее начисление в налоговом и бухгалтерском учете.

На сегодняшний момент, согласно П(С)БУ 7, предприятиям Украины предоставлена возможность самостоятельно выбирать метод начисления амортизации. Пунктом 26 П(С)БУ 7 предусмотрено пять основных методов: прямолинейный, уменьшения остаточной стоимости, ускоренного уменьшения остаточной стоимости, кумулятивный и производственный [1].

Выбор метода амортизации – вопрос очень серьезный. Прежде чем взять на вооружение тот или иной метод, необходимо просчитать последствия его применения, обсудить их со специалистами и руководством предприятия. В соответствии с п. 28 П(С)БУ 7 метод амортизации объекта основных средств выбирается предприятием с учетом ожидаемого способа получения экономических выгод от его использования [1].

Рассмотрим подробнее каждый метод начисления амортизации и определим сильные и слабые стороны.

Прямолинейный метод. При использовании данного метода стоимость объекта основных средств списывается равными частями на протяжении всего периода эксплуатации, т.е. сумма амортизации объекта зависит только от срока эксплуатации [2].

Метод уменьшения остаточной стоимости. Данный метод, по своей сути, является методом ускоренной амортизации и основывается на том, что новый объект основных средств дает большую отдачу в начале срока эксплуатации. При применении метода уменьшения остаточной стоимости годовую сумму амортизации определяют как произведение остаточной стоимости объекта основных средств на начало года (или первоначальной стоимости на дату начала начисления амортизации) и годовой нормы амортизации [2].

Метод ускоренного уменьшения остаточной стоимости. При использовании метода ускоренного уменьшения остаточной стоимости основных средств норма амортизации удваивается и применяется не к амортизируемой стоимости объекта, а к его остаточной стоимости. Другими словами, при таком методе годовая сумма амортизации определяется путем умножения остаточной стоимости объекта на начало отчетного периода (или первоначальной стоимости на дату начала начисления амортизации) на удвоенную норму амортизации, рассчитанную исходя из ожидаемого срока эксплуатации объекта основных средств. Можно отметить, что данный метод является комбинацией метода прямолинейного списания и метода уменьшения остаточной стоимости: начисление амортизации осуществляется по методу уменьшения остаточной стоимости объекта основных средств, а годовая норма амортизации – по прямолинейному методу и удваивается [3].

Кумулятивный метод. При использовании кумулятивного метода годовая сумма амортизации определяется как произведение стоимости, которая амортизируется, и кумулятивного коэффициента. Кумулятивный коэффициент рассчитывается делением количества лет, которые остаются до конца срока полезного использования объекта основных средств, на сумму числа лет его полезного использования. Сумма чисел лет – это сумма порядковых номеров лет, в течение которых эксплуатируется объект [3].

Производственный метод. При производственном методе месячная сумма амортизации определяется как произведение фактического месячного объема продукции (работ, услуг) и производственной ставки амортизации. Производственная ставка амортизации вычисляется делением стоимости, которая амортизируется, на общий объем продукции (работ, услуг), который предприятие ожидает произвести (выполнить) с использованием объекта основных средств [4].

В табл. 1 приведены преимущества и недостатки каждого метода начисления амортизации основных средств.

Таблица 1

Преимущества и недостатки методов амортизации основных средств

Название метода	Преимущества	Недостатки
1	2	3
Прямолинейный метод	– простота расчета; – удобен для использования на предприятиях, выпускающих разнородную продукцию; – распределение суммы амортизации между учетными периодами осуществляется равномерно и последовательно; – данный метод целесообразно использовать для начисления амортизации на такие объекты основных средств, как недвижимость и мебель [5]	– расчет не учитывает возможность быстрого морального износа основных средств; – не принимается во внимание различие производственных мощностей основных средств в разные годы эксплуатации; – не учитывается тот факт, что существует вероятность значительного увеличения затрат на ремонт объекта основных средств, особенно в последние годы эксплуатации [5]

Окончание табл. 1

1	2	3
Метод уменьшения остаточной стоимости	– расчет амортизации удобен тем, что исчисленные ежегодные амортизационные отчисления последовательно относятся к первоначальной стоимости объекта основных средств, т.е. рационально распределяется стоимость объекта; – возможен для использования на предприятиях с большим ассортиментом продукции; – целесообразно использовать, когда существует вероятность быстрого морального износа объекта (в первые годы эксплуатации объекта суммы амортизации имеют наибольший размер, а значит, предприятие имеет возможность сразу накопить средства для замены амортизируемого объекта в будущем); – данный метод оптимален, когда темпы инфляции неустанно набирают обороты [5]	– сложность при проведении арифметических подсчетов; – невозможен для использования, если не определена ликвидационная сумма объекта основных средств [5]
Метод ускоренного уменьшения остаточной стоимости	преимущества данного метода, в большинстве своем, аналогичны тем, что и в предыдущем методе, – методе уменьшения остаточной стоимости [4]	недостатки данного метода, в большинстве своем, аналогичны тем, что и в предыдущем методе, - методе уменьшения остаточной стоимости [4]
Кумулятивный метод	начисление больших сумм амортизации в первых периодах использования объекта основных средств по сравнению с последующими периодами [5]	относительно высокая сложность расчета суммы амортизации [5]
Производственный метод	– пропорциональность и соответствие величины начисленной амортизации объему продукции; – данный метод удобен при начислении амортизации на предприятиях, специализирующихся на выпуске одного вида продукции (например, на предприятиях автомобильного транспорта, в тяжелом машиностроении) [5]	сложность при прогнозировании выработки отдельных объектов основных средств [5]

Анализируя Положение МСБУ, необходимо отметить, что согласно МСБУ 16 «Основные средства» (п. 50) рекомендуется применять три метода начисления амортизации [6]. *Для наглядности сравним в табл. 2 методы начисления амортизации согласно МСБУ [7].*

Исходя из данных табл. 2, видно, что украинский норматив дает гораздо больше возможностей в выборе вариантов (методов) амортизации, чем это предусмотрено в МСБУ.

Таблица 2

Сравнения методов начисления амортизации согласно МСБУ

Название метода по Национальным стандартам бухгалтерского учета	**Название метода по международным стандартам бухгалтерского учета**
Прямолинейный	Прямолинейный
Уменьшение остаточной стоимости	Уменьшение остаточной стоимости
Ускоренное уменьшение остаточной стоимости	–
Кумулятивный	–
Производственный	Суммы единиц продукции

Изучая вопрос начисления амортизации основных средств нельзя не учесть положения Налогового кодекса. Заметим, что согласно п. 146.2 ст. 146 Налогового кодекса амортизация основных средств начисляется в течение срока полезного использования (эксплуатации) объекта, установленного плательщиком налога, но не меньше минимально допустимого срока, установленного п. 145.1 ст. 145 Кодекса [8].

Также необходимо отметить, что Кодексом максимально приближены правила определения амортизационных отчислений в налоговом учете к национальным положениям (стандартам) бухгалтерского учета [8].

Из проведенного выше исследования методов начисления амортизации отчетливо видно их различие. И выбор метода начисления амортизации основных средств выбрать зависит от того, чего хочет руководство (владелец) предприятия: метод ускоренного уменьшения остаточной стоимости подходит, если необходимо списать основные средства как можно быстрее; прямолинейный метод – наиболее простой метод в работе; метод уменьшения остаточной стоимости или кумулятивный метод позволяет начислить большую сумму амортизации в первые

годы использования объекта основных средств; производственный метод целесообразно применять, когда объект амортизации используется неравномерно, по мере производственной необходимости. Это объясняется тем, что амортизация в данном методе начисляется пропорционально объему произведенной объектом продукции. Примером может быть амортизация технологического оборудования сезонных производств (заготовительные предприятия, сахарные заводы и т. п.) или производств с неритмичным характером деятельности, что характерно для многих крупных предприятий Украины. Но при этом необходима уверенность в том, что моральный износ таких объектов не будет опережать физический износ [7].

В заключении необходимо отметить, что применение экономически обоснованного метода начисления амортизации дает возможность стимулировать увеличение инвестиций, внедрять инновационные технологии и процессы, необходимые для выпуска конкурентоспособной продукции. Таким образом, правильное ведение учетной политики в области амортизации позволяет предприятию обеспечить экономический рост.

Научный руководитель – канд. экон. наук, доцент Фартушняк О. В.

Литература: 1. П(С)БУ 7 «Основные средства» [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://www.nibu.factor.ua/info/instrbuh/psbu7. **2.** Методы начисления амортизации [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://consultant.parus.ua/_d.aspr=01N. **3.** Еленчук С. Г. Амортизация основных средств / С. Г. Еленчук // Вестник Львовской академии. – 2011. – № 4. – С. 82–92. **4.** Кононенко Т. В. Методика начисления амортизации / Т. В. Кононенко // Бухгалтерский учет и аудит. – 2003. – № 10. – С. 24–28. **5.** Папинова О. М. Выбор оптимального метода амортизации / О. М. Папинова // Баланс. – 2012. – № 43. – С. 54–55. **6.** МСБУ 16 «Основные средства» [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/929_014. **7.** Амортизация: расчет в бухгалтерском и налоговом учете [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://dtkt.com.ua/debet/rus/2000/36/36pr1.html . **8.** Налоговый кодекс Украины [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://zakon2.rada.gov.ua/laws/2755-17.

ОСОБЛИВОСТІ ОПОДАТКУВАННЯ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ: ПДВ, ЄДИНИЙ ПОДАТОК, ПЛАТА ЗА ЗЕМЛЮ

УДК 336.226

Бутнар Є. В.

Студент 3 курсу
факультету обліку і аудиту ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Розкрито питання нормативного регулювання оподаткування сільськогосподарських підприємств у 2015 році. Розглянуто сутність спеціального режиму оподаткування податку на додану вартість для сільськогосподарських товаровиробників. Обґрунтовано особливості 4 групи єдиного податку. Розкрито механізм оподаткування землі для сільськогосподарських підприємств.*

Ключові слова: *оподаткування сільськогосподарських підприємств, Податковий кодекс, податок на додану вартість, сільськогосподарський товаровиробник, єдиний податок, плата за землю, земельний податок.*

Аннотация. *Раскрыты вопросы нормативного регулирования налогообложения сельскохозяйственных предприятий в 2015 году. Рассмотрена сущность специального режима налогообложения налога на добавленную стоимость для сельскохозяйственных товаропроизводителей. Обоснованы особенности 4 группы единого налога. Раскрыт механизм налогообложения земли для сельскохозяйственных предприятий.*

Ключевые слова: *налогообложение сельскохозяйственных предприятий, Налоговый кодекс, налог на добавленную стоимость, сельскохозяйственный товаропроизводитель, единый налог, плата за землю, земельный налог.*

© Бутнар Є. В., 2015

Annotation. *The article deals with questions of regulatory taxation of agricultural enterprises in 2015, the essence of the special tax treatment value added tax for agricultural producers reasonably features of 4 groups of single tax, revealed the mechanism of land taxation for agricultural enterprises.*

Keywords: *Farm tax, the Tax Code, value added tax, agricultural manufacturer, single tax, land fee, land tax.*

Усі відносини, які виникають в області справляння податків і зборів та оподаткування сільськогосподарських підприємств, регулюються Податковим кодексом України [1].

Система оподаткування України, що існує зараз, зазнала багато змін після прийняття Податкового кодексу [1]. В Податковому кодексі передбачено свої розділи, повністю присвячені кожному з відомих загальнодержавних та місцевих податків, серед яких Податок на додану вартість, якому присвячений Розділ V, плата за землю – розділ XIII, єдиний податок – глава 1 розділу XIV [1].

Операції, які мають безпосереднє відношення до спеціального режиму оподаткування, який встановлений ст. 209 ПКУ, включаються до податкової декларації, що є невід`ємною частиною звітності. Проблемою та науковим вирішенням її економічної сутності, удосконаленням застосування податків займались у своїх дослідженнях такі вчені, як О. Василик, А. Крисоватий, В. Андрущенко, В. Волканов, В. Геєць, І. О. Луніна, В. Опарін, О. Резніченко, О. О. Амоша, В. П. Вишневський, В. С. Загорський, Ю. Б. Іванов, А. Соколовська, В. Суторміна, В. Федосов, В. М. Мельник та ін. Але деякі питання застосування ПДВ в Україні досі залишаються відкритими.

У рамках спеціального режиму оподаткування ПДВ для сільськогосподарських підприємств окремих правил оподаткування не визначається, а лише встановлюється окремий облік для таких операцій і послідовність використання сум ПДВ, які нараховуються товаровиробником – суб`єктом спеціального режиму оподаткування за час здійснення ним операцій із постачання сільськогосподарських товарів / послуг власного виробництва.

Оформлення, виписка та реєстрація в ЄРПН податкових накладних, формування податкового кредиту, визначення податкових зобов`язань, а також подання звітності з ПДВ суб`єктами спеціального режиму оподаткування за операціями з постачання сільськогосподарських товарів / послуг власного виробництва здійснюється у загальновстановленому порядку, передбаченому розд. V ПКУ [2].

Отже, якщо сільськогосподарський товаровиробник – суб`єкт спеціального режиму оподаткування – відповідно до умов укладеного договору отримує попередню оплату за сільськогосподарську продукцію власного виробництва, тоді на дату отримання попередньої оплати за таку продукцію власного виробництва сільськогосподарський товаровиробник визначає податкові зобов`язання за операцією з постачання таких товарів / послуг і виписує податкову накладну покупцю за такою операцією у загальновстановленому порядку.

Надалі така операція підлягає відображенню суб`єктом спеціального режиму оподаткування в податковій декларації з ПДВ, яка надається за результатами відповідного звітного періоду, в якому отримано попередню оплату за сільськогосподарську продукцію.

Починаючи з 2015 року четверта група єдиного податку року сформована з колишніх платників фіксованого сільськогосподарського податку. Платники, які до 2015 року відносилися до четвертої групи, тепер віднесені до третьої групи.

Для платників четвертої групи єдиного податку починаючи з 2015 року збережені майже усі умови їх оподаткування, що раніше були передбачені для платників фіксованого сільськогосподарського податку. На цю групу не поширюються обмеження в частині об'ємів доходу або кількості найнятих працівників, як це передбачено для платників першої та другої груп.

Для того щоб отримати статус платника єдиного податку, сільськогосподарські підприємства повинні виконувати умови відносно долі сільськогосподарського товаровиробництва за попередній податковий (звітний) рік, яка має дорівнювати або перевищувати 75 % (згідно з пп. 4 п. 291.4 ПКУ) [1]. Права власності або ж користування земельними ділянками мають бути зареєстровані та оформлені відповідно до законодавства згідно з п. 2921.1 ПКУ [2].

Об'єктом оподаткування єдиного податку 4-ї групи для сільськогосподарських товаровиробників є площа сільськогосподарських угідь (сіножатей, ріллі, пасовищ та багаторічних насаджень) та / або землі водного фонду (озер, внутрішніх водойм, ставків, водосховищ), що надані в користування сільськогосподарському товаровиробнику або перебувають у його власності, в т. ч. на умовах оренди.

При цьому право користування (постійне чи оренда) і право власності земельними ділянками повинні бути в установленому порядку зареєстровані та оформлені.

Для 4-ї групи єдиного податку база оподаткування на поточний рік визначається за нормативною грошовою оцінкою земельної ділянки з урахуванням коефіцієнта індексації, який визначений станом на 1 січня податкового (звітного) року, відповідно до порядку, який передбачений для плати за землю (пп. 2921.2 ПКУ). Станом на 1 січня 2015 року цей коефіцієнт становить 3,997. Отже, податкове навантаження для сільгосппідприємств збільшилося.

Платникам єдиного податку 4-ї групи з одного гектара сільськогосподарських угідь та / або земель водного фонду встановлено розміри ставок, що визначені п. 293.9 ст. 293 ПКУ у відсотках від бази оподаткування та залежать від категорії (типу) земель та їх розташування.

З 1 січня 2015 року платники єдиного податку 4-ї групи – сільськогосподарські товаровиробники будуть сплачувати ставки, які зросли у три рази [3].

У 2015 році платники єдиного податку 4-ї групи мають сплачувати податок щоквартально протягом 30 календарних днів, що настають за кінцевим календарним днем податкового (звітного) кварталу в тих самих відсотках [4].

Тому під час заповнення Декларації на 2015 рік платники єдиного податку 4-ї групи повинні розбивати річну суму у встановлених відсотках щоквартально, та проставляти її слід у 3-му місяці кожного кварталу [4].

Єдиний податок у сільському господарстві включається у витрати підприємства. Зазвичай він відноситься до адміністративних витрат. При нарахуванні податку проводиться запис Дт 92 Кт 641, а при сплаті – Дт 641 Кт 31. Нарахування цього податку може відображатися й іншим бухгалтерським проведенням: Дт 84 Кт 641, Дт 23 Кт 84 (якщо не ведеться відокремлений облік адміністративних витрат).

Згідно з розд. VIII ПКУ землі сільськогосподарського призначення – це землі, що надані для виробництва сільськогосподарської продукції, для здійснення сільськогосподарської навчальної та науково-дослідної діяльності, для розміщення відповідної виробничої інфраструктури або призначені для цих цілей. А сільськогосподарські угіддя – рілля, багаторічні насадження, сіножаті, пасовища та перелоги [1].

Плата за землю відноситься до загальнодержавних податків та справляється у формі орендної плати за земельні ділянки державної і комунальної власності та у формі земельного податку (п. 14.1.147 ПКУ) [1].

Земельний податок – це обов'язковий платіж, що справляється з земельних часток (паїв) та власників земельних ділянок, а також постійних землекористувачів (п. 14.1.72 ПКУ). Також обов'язковим платежем є орендна плата за земельні ділянки комунальної і державної власності, яку орендар вносить орендодавцеві за користування земельною ділянкою (п. 14.1.136 ПКУ) [1].

Базою оподаткування земельного податку є:

– нормативна грошова оцінка земельних ділянок із урахуванням коефіцієнта індексації. При цьому коефіцієнт щорічно розраховується Держкомземом за формулою $Ki = I : 100$, де I – це індекс споживчих цін за минулий рік; площа земельних ділянок (за відсутності нормативної грошової оцінки).

Плата за землю сільськогосподарського призначення встановлюється у відсотках від її грошової оцінки. Зокрема, для ріллі, сіножатей і пасовищ ставка земельного податку визначена у розмірі 0,1 %, а для багаторічних насаджень – 0,03 [1].

Має сенс, що земельний податок використовується як джерело для фінансування заходів, які спрямовані на раціональне використання та охорону земель, підвищення родючості ґрунтів, відшкодування витрат власників землі і землекористувачів, які пов`язані з господарюванням на землях нижчої якості, на ведення земельного кадастру, здійснення землеустрою та моніторингу земель, розвиток інфраструктури населених пунктів тощо.

Важливо, що на сільськогосподарські угіддя радіоактивно забруднених територій і хімічно забруднених сільськогосподарських угідь, на які запроваджено обмеження щодо ведення сільського господарства, та землі сільськогосподарських угідь, що перебувають у тимчасовій консервації або на стадії сільськогосподарського освоєння, земельний податок не нараховується.

Підсумовуючи, можна стверджувати, що реформування нормативного законодавства має позитивні податкові наслідки для держави, оскільки значно розширюється податкова база операцій, яка має відношення до володіння, використання та продажу земельних ділянок. З іншого боку, потребує подальшого дослідження механізм оподаткування орендованих земельних паїв агрохолдингами.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Пасенко Н. С.

Література: 1. Податковий Кодекс України [Електронний ресурс] : Закон України від 02.12.2010 № 2755-VI. – Режим доступу : http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/2755-17. **2.** Про внесення змін до деяких законодавчих актів України у зв'язку з прийняттям Податкового кодексу України [Електронний ресурс] : Закон України від 02.12.2010 № 2756-VI. – Режим доступу : http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/2756-1.7 **3.** Асоціація платників податків України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://appu.org.ua/news/-2015--00014. **4.** Зміни з 01.01.2015 р. для платників фіксованого сільськогосподарського податку [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://buhgalter911.com/ShowArticle.aspx?a=156486.

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ МАРКЕТИНГОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ В УКРАИНЕ

УДК 339.138

Бутнарь Е. В.

Студент 3 курса
факультета учета и аудита ХНЕУ им. С.Кузнеца

Аннотация. *Рассмотрена сущность и составляющие маркетинговых коммуникаций, определена роль интегрированных маркетинговых коммуникаций. Рассмотрены преимущества и недостатки видов маркетингових коммуникаций. Приведена оценка эффективности использования различных видов маркетинговых коммуникаций в Украине.*

Ключевые слова: *коммуникация, маркетинговые коммуникации, реклама, связи с общественностью, стимулирование сбыта, личная продажа, интегрированные маркетинговые коммуникации.*

Анотація. *Розглянуто сутність і складові маркетингових комунікацій, наведено модель маркетингових комунікацій, визначено роль використання інтегрованих маркетингових комунікацій. Розглянуто переваги і недоліки видів маркетингових комунікацій. Наведено оцінку ефективності використання різних видів комунікацій в Україні.*

Ключові слова: *комунікація, маркетингові комунікації, реклама, зв'язки з громадськістю, стимулювання збуту, особистий продаж, інтегровані маркетингові комунікації.*

Annotation. *considered the nature and components of marketing communications, defines the role of the use of integrated marketing communications. The advantages and disadvantages of types of marketing communications were identified. The effectiveness assessment of using of different marketing communications types in Ukraine was given.*

Keywords: *communication, marketing communication, advertising, public relations, sales promotion, personal selling, integrated marketing communications.*

В настоящее время значительно увеличилась роль маркетинговых коммуникаций. Просто иметь хорошие товары и услуги уже недостаточно. Необходимо донести до сознания потребителя выгоды от использования тех или иных товаров и услуг. Это поможет увеличить объёмы продаж и получение прибыли. Цель маркетинговых коммуникаций – сделать продукты компаний привлекательными для целевой аудитории. Для достижения этой цели предприятию необходимо осуществлять передачу сообщений потребителям. Таким образом, ключевым фактором успеха любой организации является эффективность коммуникаций.

На сегодня вместе с развитием научно-технического прогресса появилось много новых возможностей для ведения маркетинговой деятельности на предприятии. Сейчас в распоряжении маркетологов имеются коммуникационные инструменты, которых не было раньше. Данные, доступные маркетологу для проведения анализа рынка, обширны и могут быть получены каждый день. Внимание конкурентов смещается от массового рынка к индивидуальному потребителю [1].

Исследованием проблемы маркетинговых коммуникаций занимались Голубкова Е. Н., Крылов И. В., Синяева И. М., Федько Н. Г., Волков К. М., Лари Перси, Холм Олоф и др.

Слово «коммуникация» происходит от латинского communico – делаю общим, связываю, общаюсь. Под коммуникацией понимают обмен мыслями, знаниями, чувствами, схемами поведения и т. п., направленными на взаимное обогащение идеями другого, собеседника [2, с. 8].

Маркетинговая коммуникация – элемент комплекса маркетинга, целью которого является обеспечение взаимосвязи с покупателями, посредниками и другими участниками рыночной деятельности, а также формирование спроса и стимулирование сбыта [3].

В общем смысле маркетинговая коммуникация – двусторонний процесс: с одной стороны, предполагается воздействие на целевые и иные аудитории, а с другой – получение встречной информации о реакции этих аудиторий на осуществляемое фирмой воздействие. Обе эти составляющие одинаково важны; их единство дает основание говорить о маркетинговой коммуникации как о системе [4].

Маркетинговые коммуникации представляют собой процесс передачи целевой аудитории информации о продукте. Комплекс маркетинговых коммуникаций состоит из четырех основных средств воздействия:

1) Реклама – это однонаправленная форма неличной коммуникации, осуществляемая на платной основе с целью привлечения внимания к объекту рекламирования. Реклама – это инструмент рынка. По существу, она

© Бутнарь Е. В., 2015

представляет возможность продавать потенциальному потребителю сообщения об изделии, услуге, начинании. При чем так, чтобы предпочесть это изделие, эту услугу всем другим. В основе рекламы – информация и убеждение [5, с. 429].

2) PR (англ. Public Relations – связи с общественностью, отношения с общественностью, общественные связи, общественное взаимодействие; сокращённо: PR – пи-ар) – технологии создания и внедрения при общественно-экономических и политических системах конкуренции образа объекта (идеи, товара, услуги, организации — фирмы, бренда) в ценностный ряд социальной группы с целью закрепления этого образа как идеального и необходимого в жизни [6].

3) Стимулирование сбыта – маркетинговая деятельность, отличная от рекламы, пропаганды и личных продаж, стимулирующая покупки потребителей и эффективность дилеров: выставки, демонстрации, различные неповторяющиеся сбытовые усилия. Проведение мероприятий по стимулированию сбыта на сегодняшний день получает все большее развитие в Украине и является эффективным и сравнительно недорогим методом привлечения потенциальных покупателей.

4) Личная продажа – устное представление товара в ходе беседы с одним или несколькими потенциальными покупателями с целью совершения продажи [5, с. 466]. Эта форма торговли оказывается наиболее эффективной на стадиях:

- формирования покупательских предпочтений и убеждений;
- непосредственного совершения акта купли-продажи.

Преимущества и недостатки видов маркетинговых коммуникаций представлены в табл. 1 [7].

Таблица 1

Преимущества и недостатки видов маркетинговых коммуникаций

Виды маркетинговых коммуникаций	Преимущества	Недостатки
PR	Доверие публики. Информационная ценность для СМИ и целевой аудитории. Низкая цена средств ПР	Недостаточность контроля компании над сообщениями, трансляциями СМИ
Реклама	– Контроль над тем, что она хочет сказать (содержание сообщения), где и когда она хочет сказать это (канал передачи, время, график размещения, частота передачи), и кому посылается сообщение (аудитория СМИ) – Реклама может быть затратно-эффективным методом взаимо-действия с крупными массовыми аудиториями – Реклама может также использоваться для создания имиджа и символизированных обращений к потребителю для продуктов и услуг	– Затраты на производство и размещение рекламы могут быть очень высоки – Отсутствие прямой обратной связи для большинства рекламных сообщений – Недостаток доверия к рекламе и простота игнорирования рекламы
Личные продажи	– Наличие непосредственного контакта (чего нет в рекламе) между покупателем и продавцом: лицом к лицу или через телекоммуникации – Личная, индивидуализированная коммуникация позволяет продавцу адаптировать сообщение к специфическим нуждам ситуации потребителя – Эффект презентации может быть оценен продавцом немедленно в силу наличия непосредственной и достоверной обратной связи. Непосредственная ориентация на целевые рынки и типы потребителей	– Высокая стоимость контакта. Ограниченность охвата аудитории. Высокая стоимость личных продаж не позволяет охватить большое количество потребителей – Разные люди могут не донести сообщение одинаково и в точности. Это осложняет доведение целостного и единого сообщения до всех потребителей
Продвижение продаж	– Стимулирует посредников размещать и продвигать продукт компании – Стимулирует потребителей делать покупки. Соревнования и лотереи пробуждают интерес потребителя к продукту / услуге и служат гарантией роста внимания к рекламе или продвигающей демонстрации продукта – Обеспечивает продажи потребителям, чувствительным к цене, которые используют купоны или покупают продукты со скидкой	– Краткосрочность результата. Рост продаж временен, и краткосрочные цели часто достигаются за счет долгосрочного марочного актива (долгосрочной позиции марки) – Быстрый рост использования компаниями средств продвижения продаж перегружает восприятие потребителя, бомбардируя его множеством купонов, соревнований, лотерей – Простота копирования метода конкурентами

Всеукраинская рекламная коалиция, предоставив данные рынка маркетинговых сервисов Украины, сформированные Украинской ассоциацией директ-маркетинга, дала возможность произвести оценку эффективности использования различных видов маркетинговых коммуникаций, которые представлены в табл. 2 [8].

Таблица 2

Оценка эффективности использования различных видов маркетинговых коммуникаций в Украине

Маркетинговые сервисы	Итоги 2013 г., млн грн	Итоги 2014 г., млн грн	Процент изменения 2014 г. к 2013 г.	Прогноз на 2015 г., млн грн	Процент изменения 2015 г. к 2014 г.
Объем рынка маркетинговых сервисов ВСЕГО	2521	1672	-33.7%	1691	1.1%
В том числе:					
Потребительский маркетинг	384	269	-30%	269	0%
Трейд-маркетинг (Мерчандайзинг, Trade promo, Программы мотивации и контроля персонала)	819	655	-20%	688	5%
Событийный маркетинг и спонсорство	222	78	-65%	70	-10%
Прямой и маркетинг лояльности (рассылки, управление БД, контакт-центр)	802	561	-30%	561	0%
Цифровой маркетинг как поддержка маркетинговых услуг (интернет-маркетинг, мобильный маркетинг, эмпирический маркетинг)	42	34	-20%	35	5%
Нестандартные коммуникации	252	75	-70%	68	-10%

Проанализировав данные табл. 2, можно сделать вывод, что объем рынка маркетинговых сервисов в 2014 г. снизился по сравнению с 2013 г. Событийный маркетинг и спонсорство, а также нестандартные коммуникации упали на 65–70 %. Но, несмотря на статистические данные 2014 и 2013 гг. прогнозы, на 2015 год предвещают незначительный рост объема рынка маркетинговых сервисов.

Таким образом, у каждого инструмента маркетинговых коммуникаций есть как преимущества, так и недостатки, поэтому для того, чтобы достичь оптимальных результатов, необходимо объединить различные инструменты маркетинговых коммуникаций, вследствие чего совместное применение отдельных маркетинговых инструментов позволит добиваться большего результата, чем при их раздельном использовании.

Научный руководитель – преподаватель Корчагина Г. А.

Литература: 1. Сотникова Е. А. Интегрированные маркетинговые коммуникации как конкурентное преимущество компании / Е. А. Сотникова, М. Е. Зыкова // Вестник ОрёлГИЭТ. – 2009. – №1. – С. 125–133. **2.** Кашкин В. Б. Введение в теорию коммуникации : учеб. пособие / В. Б. Кашкин. – М. : ФЛИНТА, 2013. – 224 с. **3.** Дерюгина С. Комплекс маркетинговых коммуникаций: элементы, их формы и содержание [Электронный ресурс] / С. Дерюгина. – Режим доступа : http://www.marketing.spb.ru/read/article/a44.htm. **4.** Масленкова Е. В. Маркетинговые коммуникации : конспект лекций [Электронный ресурс] / Е. В. Масленкова. – Режим доступа : http://kursak.net/marketingovye-kommunikacii-konspekt-lekcij/]. **5.** Котлер Ф. Основы маркетинга / Ф. Котлер. – М. : Прогресс, 1993. – 656 с. **6.** Википедия – свободная энциклопедия [Электронный ресурс]. – Режим доступа : https://ru.wikipedia.org/wikiСвязи_с_общественностью **7.** Алешина И. В. Сравнительный анализ преимуществ рекламы, pr и личных продаж в достижении маркетинговых целей [Электронный ресурс] / И. В. Алешина. – Режим доступа : http://www.elitarium.ru/2007/08/02/analiz_reklamy_pr_i_prodazh.html. **8.** Всеукраинская рекламная коалиция [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://vrk.org.ua.

ОСОБЕННОСТИ ЛИЦЕНЗИРОВАНИЯ ТОРГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ, ОТРАЖЕНИЕ РАСХОДОВ НА ПРИОБРЕТЕНИЕ ЛИЦЕНЗИЙ В УЧЁТЕ

УДК 33.025.3:005.591.43(477)

Бырсану А. Э.

Студент 3 курса
факультета учёта и аудита ХНЭУ им. С. Кузнеца

Аннотация. *Выделены основные особенности лицензирования торговой деятельности. Проанализированы законодательные документы, согласно которым проводится лицензирование в Украине, виды хозяйственной деятельности и порядок отражения в бухгалтерском учете, а также учет расходов на приобретение лицензий.*

Ключевые слова: *лицензия, лицензирование, торговая деятельность, учет, хозяйственная деятельность.*

Анотація. *Виділено основні особливості ліцензування торговельної діяльності. Проаналізовано законодавчі документи, згідно з якими проводиться ліцензування в Україні, види господарської діяльності і порядок відображення в бухгалтерському обліку, а також облік витрат на придбання ліцензій.*

Ключові слова: *ліцензія, ліцензування, торгівельна діяльність, облік, господарська діяльність.*

Annotation. *The main features of licensing of trade activities. Analyzed legal documents, according to which licensing is in Ukraine, the economic activities and the procedure of accounting and accounting requirements for the acquisition of licenses.*

Keywords: *license, licensing, trading activity, accounting, economic activity.*

Тема лицензирования является актуальной, поскольку большая часть видов предпринимательской деятельности подлежит лицензированию.

Цель данной работы – рассмотреть теоретико-правовые основы лицензирования торговой деятельности в Украине.

Предметом изучения является законодательство Украины.

Объектом выступают административно-правовые отношения, возникающие в процессе лицензирования торговой деятельности по ее видам в Украине.

Вопросы лицензирования рассматривали такие ученые, как: С. С. Алексеев, Д. М. Бахрах, В. М. Селиванов, Л. В. Коваль, А. М. Олейник, И. П. Голосниченко.

Лицензия – документ государственного образца, который удостоверяет право лицензиата на осуществление указанного в нем вида хозяйственной деятельности в течение определенного срока в случае его установления Кабинетом Министров Украины при условии выполнения лицензионных условий [1].

Согласно ст. 8 Закона Украины «О лицензировании определенных видов хозяйственной деятельности» от 01.06.2000 № 1775-III с изменениями и дополнениями лицензионные условия являются нормативно-правовым актом, положения которого устанавливают квалификационные, организационные, технологические и другие требования для осуществления определенного вида хозяйственной деятельности. Субъект хозяйствования обязан осуществлять определенный вид хозяйственной деятельности, подлежащей лицензированию, в соответствии с установленными для этого вида деятельности лицензионными условиями [1].

Статья 9 Закона Украины «О лицензировании определенных видов хозяйственной деятельности» от 01.06.2000 г. № 1775-III с изменениями и дополнениями гласит, что в соответствии со специальными законами лицензированию подлежат такие виды хозяйственной деятельности:

- производство и торговля спиртом этиловым, коньячным и плодовым, алкогольными напитками и табачными изделиями;
- внешнеэкономическая деятельность;
- хозяйственная деятельность по обращению наркотических средств, психотропных веществ, производству лекарственных средств, оптовой и розничной торговли лекарственными средствами, импорта лекарственных средств (кроме импорта активных фармацевтических ингредиентов);
- производство взрывчатых материалов промышленного назначения;
- строительная деятельность;

© Бырсану А. Э., 2015

– производство ветеринарных медикаментов и препаратов, оптовая, розничная торговля ветеринарными медикаментами и препаратами и мн. др. [1].

Субъект хозяйствования, намеревающийся осуществлять определенный вид хозяйственной деятельности, которая лицензируется, лично или через уполномоченный им орган или лицо обращается в соответствующий орган лицензирования с заявлением установленного образца о выдаче лицензии [1].

Исходя из ст. 10 Закона Украины «О лицензировании определенных видов хозяйственной деятельности» от 01.06.2000 № 1775-III с изменениями и дополнениями, в заявлении о выдаче лицензии должны содержаться такие данные:

1) Сведения о субъекте хозяйствования-заявителя: наименование, местонахождение, банковские реквизиты, идентификационный код – для юридического лица; фамилия, имя, отчество, данные паспорта гражданина, идентификационный номер физического лица – плательщика налогов и других обязательных платежей – для физического лица;

2) Вид хозяйственной деятельности, на осуществление которого заявитель намеревается получить лицензию [1].

Орган лицензирования принимает решение о выдаче лицензии или об отказе в ее выдаче в срок не позднее, чем десять рабочих дней с даты поступления заявления о выдаче лицензии и документов, которые прилагаются к заявлению.

За выдачу лицензии взымается плата, размер и порядок зачисления которой в Государственный бюджет Украины устанавливаются Кабинетом Министров Украины.

Условно лицензии можно разделить в зависимости от срока действия и периодичности оплаты:

– срок – пять лет (экспорт, импорт, оптовая торговля алкогольно-табачной продукцией), плата вносится ежегодно;

– срок – год (розничная торговля алкоголем и табаком), плата вносится ежеквартально [2].

Государственный контроль за соблюдением органами лицензирования требований законодательства в сфере лицензирования осуществляет специально уполномоченный орган по вопросам лицензирования путем проведения плановых и внеплановых проверок.

Торговая деятельность субъекта ведения хозяйства прекращается в порядке, установленном законодательством [3].

На современном этапе развития законодательства, касающегося лицензирования торговой деятельности, наблюдается следующее: унифицированность законодательного обеспечения процедур лицензирования, что проявляется в определении единых методологических основ в специальном законе, также согласованы все требования, которые предъявляются к субъектам хозяйствования, и дифференциация, что предполагает определение особенностей лицензирования отдельных видов деятельности соответствующих лицензионных условий [4].

В бухгалтерском учете лицензия, которую получили на период более одного года, признается нематериальным активом и зачисляется на баланс по первоначальной стоимости. Первоначальная стоимость складывается из общей суммы, которая подлежит к уплате за весь период действия лицензии на право осуществления определенного вида деятельности, и учитывается на субсчете 127 «Другие нематериальные активы» синтетического счета 12 «Нематериальные активы» [5].

К расходам деятельности предприятия лицензионная стоимость включается не сразу, а постепенно путем начисления амортизации в течение срока ее полезного использования [5].

Что касается лицензии на розничную торговлю алкогольными напитками и табачными изделиями, то расходы на ее приобретение относятся к расходам будущих периодов – это счет 39 «Расходы будущих периодов», а затем ежемесячно включаются в расходы деятельности предприятия [5].

Корреспонденция счетов бухгалтерского учёта лицензии представлена в табл. 1.

Таблица 1

Отражение в бухгалтерском учете операций с лицензиями

Содержание хозяйственной операции	Сумма, грн	Счета	
		Д-т	К-т
1	2	3	4
1. Перечислена оплата за лицензию на оптовую торговлю алкогольными напитками (в размере годовой оплаты)	500 000	377	311
2. Получена долгосрочная лицензия	2 500000	154	685
3. Осуществлен взаимозачет задолженности	500 000	685	377
4. Сформирован нематериальный актив	2 500000	127	154

Окончание табл. 1

1	2	3	4
5. Начислена амортизация на лицензию за месяц (2 500 000 : 5 г. : 12 мес.)	41666,67	93	133
6. Списана накопленная амортизация за 5 лет в связи с окончанием срока действия лицензии	2 500000	133	127
7. Внесена квартальная оплата за лицензию на розничную торговлю алкогольными напитками (8 000 : 4 кв.)	2 000	377	311
8. Отражены расходы на приобретение лицензии в составе расходов будущих периодов	2 000	39	377
9. Списана на расходы на сбыт стоимость лицензии в конце месяца	666,67	93	39

Таким образом, лицензия является документом государственного образца, который удостоверяет право субъекта хозяйства – лицензиата на осуществление указанного в нем вида хозяйственной деятельности в течение определенного срока при условии выполнения лицензионных условий. Отношения, связанные с лицензированием определенных видов хозяйственной деятельности, регулируются законодательством.

Научный руководитель – канд. экон. наук, доцент Пасенко Н. С.

Литература: 1. Про ліцензування певних видів господарської діяльності [Электронный ресурс] : Закон України від 01.06.2000 № 1775-III. – Режим доступа : http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/1775-14. **2.** Про внесення змін до деяких законів України щодо плати за ліцензії та акцизного збору на виробництво спиртів, алкогольних напоїв та тютюнових виробів [Электронный ресурс] : Закон України від 17.11.2006 № 374-V. – Режим доступа: http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/374-16. **3.** Про затвердження порядку провадження торговельної діяльності та правил торговельного обслуговування на ринку споживчих товарів [Электронный ресурс] : Постанова Кабінету Міністрів України від 15.06.2006 № 833. – Режим доступа : http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/833-2006-п. **4.** Граковский Ю. Организационно-правовые вопросы торговой деятельности: оптовая и розничная торговля / Ю. Граковский // Вестник Министерства доходов и сборов Украины. – 2012. – № 9. – С. 49–51. **5.** Маляревський Ю. Д. Облік у галузях виробництва та послуг : навч. посіб. / Ю. Д. Маляревський, М. С. Горяєва, Н. С. Пасенко. – Харків : ХНЕУ, 2012. – 398 с.

ОСОБЕННОСТИ УЧЕТА ТЕКУЩИХ ОБЯЗАТЕЛЬСТВ

УДК 336.274.2:657

Бырсану А. Э.
Широносова А. О.

Студенты 3 курса
факультета учета и аудита ХНЭУ им. С. Кузнеца

Аннотация. *Рассмотрена экономическая сущность понятия «текущие обязательства». Исследован вопрос оформления и принятия к учету первичных документов, свидетельствующих о возникновении и погашении текущих обязательств. Определены основные задачи организации учета текущих обязательств.*

Ключевые слова: *текущие обязательства, текущая задолженность, первичные документы, учет расчетов с поставщиками и подрядчиками.*

© Бырсану А. Э., Широносова А. О., 2015

Анотація. *Розглянута економічна сутність поняття поточні зобов'язання. Досліджено питання оформлення і прийняття до обліку первинних документів, які свідчать про виникнення і погашення текущих зобов'язань. Визначено основні завдання організації обліку поточних зобов'язань.*

Ключові слова: *поточні забов'язання, поточна заборгованість, первинні документи, облік розрахунків із постачальниками і підрядниками.*

Annotation. *The economic essence of the concept of the current liabilities has been reviewed. The question of the formation and adoption the source documents which are proved the uprising and repayment of short-term liabilities on the accounting has been explored. The main tasks of the organization registration of the current liabilities have been made.*

Keywords: *short-term liabilities, current liabilities, primary documents, records of payments to suppliers and contractors.*

Обычная коммерческая деятельность предприятия непосредственно связана с возникновением текущей задолженности по оплате труда, страхованию, расчетам с бюджетом, а также за поставки товаров, работ и услуг, необходимых для обеспечения эффективного функционирования предприятия. Четкая организация и методика учета, в свою очередь, отражают реальное финансовое состояние предприятия, что дает возможность оперативно принимать управленческие решения и поддерживать финансовую устойчивость и платежеспособность субъекта хозяйствования на высоком уровне.

Значительный вклад в развитие теоретических и практических аспектов учета текущих обязательств внесли отечественные ученые-экономисты: С. Голов, Ф. Бутинець, А. Герасимович, Р. Грачова, И. Ефремов и др.

Целью статьи является исследование сущности и состава текущих обязательств, а также определение особенностей организации их учета.

В соответствии с Законом Украины «О бухгалтерском учете и финансовой отчетности» обязательства – это задолженность предприятия, которая возникла в результате прошлых событий и погашение которой, как ожидается, приведет к уменьшению ресурсов предприятия, воплощающих в себе экономические выгоды [1].

Обязательство признается, если его оценка может быть достоверно определена и существует вероятность уменьшения экономических выгод в будущем вследствие его погашения. Погашение обязательства может осуществляться путем оплаты деньгами, отгрузки готовой продукции, товаров, выполнения работы, предоставления услуг и т. д. [2].

Обязательства делятся на долгосрочные и текущие.

В соответствии с ПСБУ 11 «Обязательства» текущие обязательства – это обязательства, которые будут погашены в течение операционного цикла предприятия или должны быть погашены в течение двенадцати месяцев, начиная с даты баланса [3].

Состав текущих обязательств представлен на рис. 1.

Рассмотрим каждый из видов текущих обязательств подробнее:

Садовская И. Б. дает следующее определение краткосрочных кредитов банков – это текущая задолженность предприятия перед банками по полученным займам (срок погашения которых не превышает двенадцать месяцев с даты баланса) [7].

Ткаченко Н. М. определяет текущую задолженность по долгосрочным обязательствам как долгосрочную задолженность, которая переведена в состав текущей и подлежит погашению на протяжении двенадцати месяцев с даты баланса [2].

Завгородний В. П. в своих трудах дает следующее определение краткосрочным векселям выданным: «это задолженность, на которую предприятие выдало векселя на обеспечение поставок товаров (работ, услуг) поставщиков, подрядчиков и других кредиторов. Кредиторская задолженность за товары, работы, услуги – это задолженность перед поставщиками и подрядчиками за материальные ценности, выполненные работы и полученные услуги» [4].

Кужельный М. В. определяет текущие обязательства по авансам полученным следующим образом – это авансы, которые получены от других лиц в счет последующих поставок продукции (товаров), выполнения работ и предоставления услуг.

Текущие обязательства по расчетам с бюджетом – это задолженность предприятия по всем видам платежей в бюджет.

Текущие обязательства по страхованию – это задолженность по отчислениям на общеобязательное государственное социальное страхование, страхование имущества предприятия и индивидуальное страхование его работников [5].

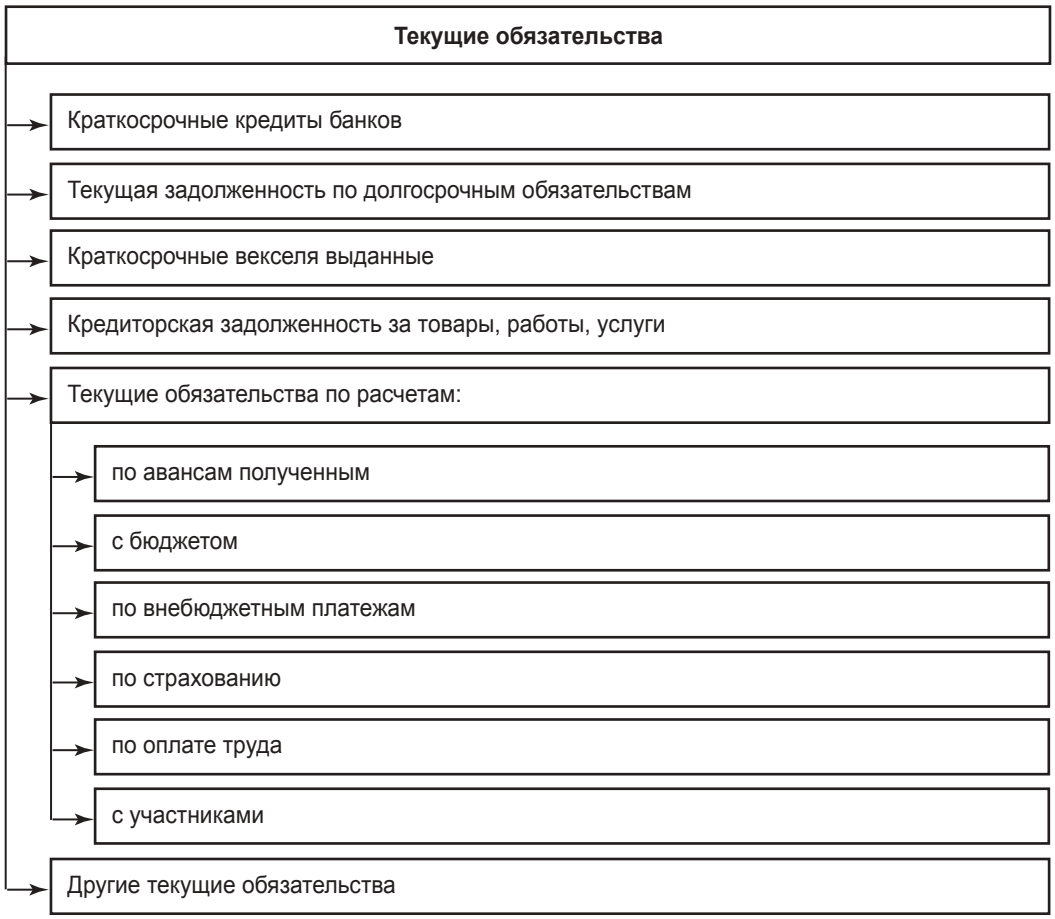


Рис. 1. **Состав текущих обязательств**

Бутинец Ф. Ф. дает следующее определение текущим обязательствам по расчетам по оплате труда – это задолженность предприятия перед работниками по оплате труда, в том числе приравненными к ней выплатами и депонированной заработной платой.

Текущие обязательства по расчетам с участниками – это задолженность предприятия перед его участниками (основателями), которая связана с распределением прибыли.

Другие текущие обязательства – это обязательства со сроком погашения меньше одного года или одного операционного цикла, которые не относятся к перечисленным выше обязательствам [6].

Текущие обязательства отражаются в балансе по сумме погашения.

Первичными документами по учету возникновения текущих обязательств являются акты приема-передачи, акты принятых работ, акты о приемке материалов, счета-фактуры, налоговые накладные, товарно-транспортные накладные и др.

Погашение текущих обязательств отражается расходными кассовыми ордерами, выписками банков, чековыми книжками (корешками) и другими документами.

После того как документы по учету обязательств составлены на местах или приняты от других организаций, они попадают в бухгалтерию в порядке и в сроки, установленные руководителем предприятия.

Документы, поступившие в бухгалтерию, подлежат арифметической проверке, формальной, юридической и по сути, то есть с точки зрения законности и целесообразности хозяйственной операции [4].

При этом запрещается принимать к исполнению и оформлению первичные документы по операциям, которые противоречат законодательству и установленному порядку приемки, хранения и использования активов и обязательств. Такие документы передаются непосредственно главному бухгалтеру для принятия соответствующих решений. Первичные документы могут быть приняты к учету в том случае, если они составлены по форме и подписаны лицом, на это уполномоченным. Принятые документы подлежат проверке перед разнесением их данных на счета бухгалтерского учета [5].

Учитывая мнения Садовской И. Б., Божидарника Т. В. и Нагорской К. Е., можно сгруппировать и дополнить задачи организации учета текущих обязательств:

– установление приказом по предприятию перечня должностных лиц, отвечающих за правильность расчетов, своевременность их документального оформления;

– определение порядка синтетического и аналитического учета;

– выбор, внедрение методов, способов, приемов сбора и обработки информации;

– своевременная проверка расчетов и предупреждение просрочки кредиторской задолженности;

– разработка графиков платежей;

– разработка картотек реквизитов, систематизация информации о кредиторах [7].

Подробно исследовав сущность понятия «текущие обязательства», можно сделать вывод о том, что правильная организация учета краткосрочной задолженности на предприятии обеспечивает четкую документацию расчетов, своевременную и полную регистрацию данных первичного учета в регистрах, а также правдивое отражение информации, касающейся обязательств, в финансовой отчетности, что способствует оперативному принятию управленческих решений.

Научный руководитель – канд. экон. наук, доцент Фартушняк О. В.

Литература: 1. Про бухгалтерський облік і фінансову звітність в Україні [Электронный ресурс] : Закон України від 16.07.1999 №996-XV. – Режим доступа : http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/996-14. **2.** Ткаченко Н. М. Фінансовий облік 2 : навч. посіб. / Н. М. Ткаченко, О. В. Борович, І. Л. Цюцяк та ін. – Київ : Алерта, 2014. – 456 с. **3.** Про затвердження Положення (стандарту) бухгалтерського обліку 11 "Зобов'язання" [Электронный ресурс] : Наказ Міністерства фінансів України від 31.01.2000 № 20. – Режим доступа : http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/z0085-00. **4.** Завгородній В. П. Бухгалтерський облік в Україні : навч. посіб. / В. П. Завгородній. – Київ : А.С.К., 2011. – 848 с. **5.** Про затвердження методичних рекомендацій щодо заповнення форм фінансової звітності : Наказ Міністерства фінансів України від 28.03.2013 №433 [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://www.visnuk.com.ua/ua/pubs/id/5048. **6.** Кужельний М. В. Теорія бухгалтерського обліку / М. В. Кужельний, В. Г. Лінник – Київ : КНЕУ, 2001. – 334 с. **7.** Бухгалтерський фінансовий облік : підруч. для студентів спец. «Облік і аудит» вищ. навч. закл. / за ред. проф. Ф. Ф. Бутинця. – 3-тє вид., допов. і переробл. – Житомир : ЖІТІ, 2001. – 672 с. **8.** Садовська І. Б. Бухгалтерський облік : навч. посіб. / І. Б. Садовська, Т. В. Божидарнік, К. Є. Нагірська. – Київ : Центр учб. літ., 2013. – 688 с.

УПРАВЛІННЯ ДЕБІТОРСЬКОЮ ЗАБОРГОВАНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВ

УДК 658.15 (477)

Васильченко І. В.

Студент 4 курсу
факультету обліку і аудиту ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Розглянуто питання управління дебіторською заборгованістю, шляхи підвищення рівня її ефективності, запобігання погіршенню фінансового стану підприємства, шляхи подальшого зростання ліквідності та платоспроможності підприємства, а також мінімізації обсягів дебіторської заборгованості.*

Ключові слова: *дебіторська заборгованість, управління дебіторською заборгованістю, контроль за дебіторською заборгованістю, рефінансування, факторинг, облік векселів, форфейтинг.*

Аннотация. *Рассмотрены вопросы управления дебиторской задолженностью, пути повышения уровня ее эффективности, предотвращения ухудшения финансового состояния предприятия, пути дальнейшего ро-*

© Васильченко І. В., 2015

ста ликвидности и платежеспособности предприятия, а также минимизации объемов дебиторской задолженности.

Ключевые слова: *дебиторская задолженность, управление дебиторской задолженностью, контроль за дебиторской задолженностью, рефинансирование, факторинг, учет векселей, форфейтинг.*

Annotation. *The article deals with the management of accounts receivable, by raising its efficiency, prevent deterioration in the financial condition of the company, how to further increase liquidity and solvency, and minimizing the volume of receivables.*

Keywords: *accounts receivable, accounts receivable management, monitoring of receivables, refinancing, factoring, bill discounting, forfeiting.*

Питання управління дебіторської заборгованості є дуже важливими для функціонування будь-якого підприємства. Дебіторська заборгованість має вплив на економічну діяльність усіх підприємств. Цей вплив полягає в тому, що дебіторська заборгованість може певний час не повертатися, а тому ця затримка одразу негативно впливає на фінансовий стан, адже грошові кошти не отримуються, що призводить до зниження рівня платоспроможності, а також прослідковується зменшення швидкості обертання коштів (оборотність). Несвоєчасність повернення дебіторської заборгованості, повернення заборгованості в неповному обсязі сприяє виникненню сумнівної та безнадійної дебіторської заборгованості. А це, у свою чергу, для підприємства є величиною непокритих витрат або, іншими словами, величиною збитку, який в майбутньому може бути покритий. Але все частіше і частіше підприємства не отримують кошти. Управління дебіторською заборгованістю є важливим, оскільки на підприємствах заборгованість постійно створюється за рахунок покупців та замовників, які не мають достатньої кількості необхідної грошової суми.

Дослідженню обліку дебіторської заборгованості присвячено наукові праці таких вітчизняних учених, як М. Д. Білик, О. А. Боровик, Є. В. Дубровська, О. М. Кияшко, С. А. Кравченко, О. В. Попазова, В. В. Смачило, О. О. Тучак, Л. В. Черненко та ін.

Основною метою статті є узагальнення інформації про дебіторську заборгованість, а також визначення проблем управління дебіторською заборгованістю.

Дебіторська заборгованість — це елемент оборотного капіталу, сума боргів, що належать підприємству від юридичних чи фізичних осіб. Вона займає питому вагу у структурі оборотних активів підприємства. Збільшення дебіторської заборгованості означає вилучення засобів із обороту та призводить до додаткових витрат підприємства, виникають збитки від безнадійної дебіторської заборгованості. Але зростання дебіторської заборгованості не завжди оцінюють негативно. Виділяють нормальну та прострочену дебіторську заборгованість. Фінансові ускладнення на підприємстві створює наявність саме простроченої заборгованості, тому що підприємство буде відчувати нестачу фінансових ресурсів для виплати заробітної плати, придбання запасів, а також уповільниться обертання оборотного капіталу [1]. Дебіторська заборгованість на підприємстві виступає основним об'єктом фінансового управління, адже більша частка її загального обсягу належить розрахункам із покупцями за виконані роботи і послуги. Тому у процесі управління дебіторською заборгованістю вирішуються такі завдання:

- визначення обсягу інвестицій у дебіторську заборгованість за комерційним і споживчим кредитом;
- формування принципів та умов кредитної політики щодо покупців продукції;
- визначення кола потенційних дебіторів;
- забезпечення інкасації дебіторської заборгованості;
- прискорення платежів за допомогою сучасних форм рефінансування дебіторської заборгованості [2].

Основною умовою ефективної реалізації політики управління дебіторами виступає дотримання граничних обсягів дебіторської заборгованості та термінів її погашення. Але якщо перший чинник знаходиться в межах компетенції виробника продукції, то другий часто напряму від нього не залежить. Єдиним способом забезпечення дотримання умов договорів виступає попередній аналіз кожного дебітора. Важливу роль в управлінні дебіторською заборгованістю відіграють планування, організація та контроль роботи з дебіторами [2].

Управління дебіторською заборгованістю передбачає, передусім, контроль за оборотністю засобів у розрахунках, прискорення якої в динаміці розглядається як позитивна тенденція. Вагоме значення при цьому має вибір потенційних покупців і визначення умов сплати за товари, що передбачається договором [2].

Одним із напрямів управління дебіторською заборгованістю в підприємствах має стати посилення контролю за нею, що сприятиме її зменшенню. У цілому контроль має визначити:

1. Наявність і правильність оформлення первинних документів, що є підставою для виникнення дебіторської заборгованості.

2. Стан дебіторської заборгованості за встановленими критеріями.

3. Достовірність оцінки дебіторської заборгованості та розрахунку обсягу резерву сумнівних боргів.

4. Правильність класифікації дебіторської заборгованості та наявність необхідних пояснень у примітках до фінансової звітності [3].

При управлінні дебіторською заборгованістю необхідно використовувати нові форми її рефінансування, контролювати стан розрахунків із покупцями за простроченою заборгованістю, орієнтуватися на більше число покупців, стежити за станом дебіторської і кредиторської заборгованості, надавати знижки при достроковій оплаті. Рефінансування дебіторської заборгованості – система фінансових операцій, яка забезпечує прискорену конверсію дебіторської заборгованості грошовими активами [4].

На світовому ринку і в Україні діє механізм повернення дебіторської заборгованості, що передбачає декілька методів рефінансування дебіторської заборгованості: факторинг, облік векселів, форфейтинг.

Факторинг – продаж дебіторської заборгованості на користь факторингової компанії чи банку. На підставі договору про проведення розрахункових операцій через факторинг банк, наприклад, може при-дбати в підприємства-продавця право вимоги за поставлені товари та надані послуги, строки сплати за які минули (прострочена дебіторська заборгованість), або за поточними розрахунками. Підприємства поступаються правом на одержання грошей згідно з платіжними документами на поставлену продукцію в обмін на негайне одержання основної суми дебіторської заборгованості (за вирахуванням комісійної винагороди факторинговій фірмі, розмір якої залежить від ризиковості операції, діючої відсоткової ставки та строків настання платежу) [4].

Зміст обліку або дисконту векселів полягає в тому, що банк, придбавши вексель за іменним індосаментом, терміново його оплачує пред'явнику, а платіж отримує тільки з настанням зазначеного у векселі строку погашення. Економічною суттю операції дисконтування є дострокова реалізація векселя його держателем банку і переведення комерційного кредиту в банківський. За достроковий платіж банк утримує з номінальної суми векселя певну винагороду на свою користь, тобто оплачує вексель за мінусом знижки. Різниця між сумою, яку банк заплатив, придбавши вексель, і сумою, яку він отримає на цей вексель у строк платежу, також називається дисконтом.

Форфейтинг – кредитування зовнішньоекономічних операцій у формі викупу в експортера векселів та інших боргових вимог, які акцептовано імпортером. Продавцем вимог за форфейтингом може бути підприємство, яке виконало зобов'язання за контрактом і прагне рефінансувати дебіторську заборгованість із метою зменшення кредитного ризику та поліпшення ліквідності (платоспроможності). Форфейтинг, як правило, здійснюється за участю банківської установи і є також однією із форм трансформації комерційного кредиту в банківський [5].

Відомості для управління дебіторською заборгованістю підприємства можна одержати з облікових джерел. Так, фінансовий менеджер для контролю дебіторської заборгованості покупців має складати щомісячні (щоквартальні) звіти. На підставі цих даних можна визначити сумарний залишок дебіторської заборгованості покупця. Для управління дебіторською заборгованістю також потрібна інформація про критичний термін оплати. Щоб мати можливість контролювати його, необхідно враховувати тривалість відстрочки платежу, а також дату виникнення дебіторської заборгованості. На підставі цих даних фінансові менеджери, які відповідають за надходження дебіторської заборгованості, можуть контролювати своєчасність платежів і, за необхідності, реагувати на виникнення прострочених зобов'язань із боку дебіторів [5].

Управління дебіторською заборгованістю має свою специфіку, яка залежить від характеру та джерел її виникнення, типу підприємства, стадії його життєвого циклу, стану ринкової кон'юнктури та інших чинників. Аналіз і управління дебіторською і кредиторською заборгованостями є одним із найважливіших чинників максимізації норми прибутку, збільшення ліквідності, кредитоспроможності і мінімізації фінансових ризиків. Правильно розроблена стратегія управління дебіторськими та кредиторськими боргами дозволяє своєчасно і в повному обсязі виконувати отримані зобов'язання перед клієнтами, що сприяє створенню репутації надійного і відповідального підприємства.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Сотникова О. О.

Література: 1. Бондаренко О. С. Сучасні підходи до обліку дебіторської заборгованості у вітчизняній та зарубіжній практиці господарювання / О. С. Бондаренко // Інвестиції: практика та досвід. – 2008. – № 18. – С. 36–39. **2.** Бескота Г. М. Аналіз дебіторської заборгованості в системі управління підприємством / Г. М. Бескота, О. Г. Лищенко // Держава та регіони. – 2009. – № 1. – С. 114–117. **3.** Черненко Л. В. Контроль у системі управління дебіторською заборгованістю / Л. В. Черненко // Економіка АПК. – 2006. – № 6. – С. 85–90. **4.** Смачило В. В. Сутність факторингу та його використання при управлінні дебіторською заборгованістю в Україні / В. В. Смачило, Є. В. Дубровська // Фінанси України. – 2007. – № 7. – С. 35–45. **5.** Боровик О. А. Дебіторська та кредиторська заборгованість і прогнозування її структури за системним підходом / О. А. Боровик // Формування ринкових відносин в Україні. – 2007. – № 8 (75). – С. 3–8.

ТРАКТУВАННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ СУТНОСТІ ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ ТА ЇХ КЛАСИФІКАЦІЇ

УДК 657.421

Вдовіченко А. С.

Студент 4 курсу
факультету обліку і аудиту ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Проаналізовано підходи щодо трактування поняття «основні засоби». Розглянуто визначення цього поняття та класифікації основних засобів. Запропоновано власну класифікацію основних засобів. Розглянуто особливості амортизації.*

Ключові слова: *основні засоби, П(С)БО, амортизація, групи основних засобів, Податковий кодекс, міжнародні стандарти, класифікація.*

Аннотация. *Проанализированы подходы к трактовке понятия «основные средства». Рассмотрены определения этого понятия и классификации основных средств. Предложена собственная классификация основных средств. Рассмотрены особенности амортизации.*

Ключевые слова: *основные средства, П(С)БУ, амортизация, группы основных средств, Налоговый кодекс, международные стандарты, классификация.*

Annotation. *The author defines approaches to the interpretation of the concept of "fixed assets". Also the author considers definitions of this concept and classifications of fixed assets which were proposed by different economists and which were indicated in the statutory instruments. The author proposed her own classification of fixed assets and considers particular qualities of depreciation of equipment.*

Keywords: *fixed assets, Book-Keeping Regulations, depreciation of equipment, groups of fixed assets, IRC, international standards, classification.*

Кожне підприємство чи установа у своїй діяльності використовують обладнання, споруди, біологічні активи, земельні ділянки тощо. Всі ці активи є найголовнішою основою діяльності підприємства. І тому раціональне й економічне використання основних фондів є його першочерговою задачею.

Визначення поняття основних засобів та їх класифікації наведено у багатьох нормативно-правових актах та працях різних учених. Наявність різних трактувань обумовлює актуальність цієї теми, так як для ефективного використання основних засобів необхідно чітко розуміти, які активи можна віднести до них та до якої групи.

Метою цієї статі є аналіз підходів до визначення економічної сутності основних засобів та їх класифікації.

Для досягнення поставленої мети було розглянуто праці таких учених, як Атамас П. Й., Корсаков М. Н., Щирська О. В., Чебанова Н. В., Омельченко О. Ю., Волкова І. А., Лишиленко О. В., Садовська І. Б., а також приділено увагу таким нормативно-правовим актам: Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 7 «Основні засоби» (далі – П(С)БО 7), Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку в державному секторі 121 «Основні засоби» (далі – НП(С)БОДС 121), Податковий кодекс України (далі – ПКУ), Міжнародний стандарт бухгалтерського обліку в державному секторі 17 «Основні засоби» (далі – МСБОДС 17), методичні рекомендації бухгалтерського обліку в державному секторі.

Той факт, що різні вітчизняні та зарубіжні вчені, а також нормативно-правові акти надають різні тлумачення цього поняття, свідчить, перш за все, про недостатній рівень дослідження сутності основних засобів. Перелік визначень терміна «основні засоби» наведено у табл. 1.

Таблиця 1

Визначення поняття «основні засоби»

Джерело	Визначення
1	2
П(С)БО 7 [1]	Матеріальні активи, які підприємство / установа утримує з метою використання їх у процесі виробництва / діяльності або постачання товарів, надання послуг, здавання в оренду іншим особам або для здійснення адміністративних і соціально-культурних функцій, очікуваний строк корисного використання (експлуатації) яких більше одного року (або операційного циклу, якщо він довший за рік)

© Вдовіченко А. С., 2015

Закінчення табл. 1

1	2
ПКУ [2]	Матеріальні активи, у тому числі запаси корисних копалин наданих у користування ділянок надр (крім вартості землі, незавершених капітальних інвестицій, автомобільних доріг загального користування, бібліотечних і архівних фондів, матеріальних активів, вартість яких не перевищує 2500 гривень, невиробничих основних засобів і нематеріальних активів), що призначаються платником податку для використання у господарській діяльності платника податку, вартість яких перевищує 2500 гривень і поступово зменшується у зв'язку з фізичним або моральним зносом та очікуваний строк корисного використання (експлуатації) яких з дати введення в експлуатацію становить понад один рік (або операційний цикл, якщо він довший за рік)
НП(С)БОДС 121 [3]	Матеріальні активи, які утримуються для використання їх у виробництві / діяльності або при постачанні товарів, виконанні робіт і наданні послуг для досягнення поставленої мети та / або задоволення потреб суб'єкта державного сектора або здавання в оренду іншим особам і використовуються, за очікуванням, більше одного року
МСБОДС 17 [4]	Матеріальні активи, що їх утримує суб'єкт господарювання для використання у виробництві або постачанні товарів і наданні послуг, для надання в оренду іншим або для адміністративних цілей; використовуватимуть, за очікуванням, протягом більше одного звітного періоду
Атамас П. Й. [5]	Матеріальні цінності, які використовуються у діяльності установи протягом періоду, що перевищує один рік, і вартість яких без ПДВ та інших платежів перевищує 1000 грн за одиницю (комплект) та поступово зменшується у зв'язку з фізичним та моральним зносом
Корсаков М. Н. [6]	Матеріально-речові цінності (засоби праці), які багаторазово беруть участь у виробничому процесі, не змінюють своєї натурально-речової форми і переносять свою вартість на готову продукцію частинами в міру зношування

Проаналізувавши визначення, наведені у табл. 1, можна дійти таких висновків. Основні засоби – це:

- матеріальні активи, які суб'єкт господарювання утримує з метою використання у процесі виробництва, постачання товарів, здійснення послуг, здачі в оренду, для здійснення адміністративних і соціально-культурних функцій;
- вартість об'єкта: більше 2500 грн згідно з ПКУ;
- переносять свою вартість на готову продукцію частинами;
- первісна вартість поступово зменшується у зв'язку з фізичним та моральним зносом;
- строк корисного використання: більше одного року або операційного року, якщо він довший за рік.

Також існують різні класифікації основних засобів. Спочатку необхідно розглянути класифікацію основних засобів згідно з нормативно-правовими актами.

Трактування поняття основних засобів згідно з П(С)БО 7 та методичних рекомендацій для державного сектора [7] практично однакові, тому ці дві класифікації наведено разом у табл. 2. Єдиною відмінністю є те, що для державного сектора також встановлено типові строки корисного використання.

Як видно з табл. 2, відмінностей у класифікації безпосередньо основних засобів немає, але повністю відрізняється класифікація інших необоротних матеріальних активів у державному секторі.

У ПКУ виділяють 16 груп основних засобів (табл. 3). Також, на відміну від класифікації згідно з П(С)БО 7, до кожної групи вказується мінімальний строк корисного використання:

- земельні ділянки;
- капітальні витрати на поліпшення земель, не пов'язані з будівництвом – 15 р.;
- будівлі – 20 р.;
- машини та обладнання – 5 р.;
- транспортні засоби – 5 р.;
- інструменти, прилади, інвентар, меблі – 4 р.;
- тварини – 6 р.;
- багаторічні насадження – 10 р.;
- інші основні засоби – 12 р.;
- бібліотечні фонди, збереження Національного архівного фонду України;
- малоцінні необоротні матеріальні активи;
- тимчасові (нетитульні) споруди – 5 р.;
- природні ресурси;

– інвентарна тара – 6 р.;
– предмети прокату – 5 р.;
– довгострокові біологічні активи – 7 р.

Таблиця 2

Класифікація основних засобів згідно з П(С)БО 7 та Методичними рекомендаціями з бухгалтерського обліку в державному секторі

П(С)БО 7 [1]	**Методичні рекомендації з бухгалтерського обліку в державному секторі [7]**
Основні засоби	
земельні ділянки	земельні ділянки
капітальні витрати на поліпшення земель, не пов'язані з будівництвом	капітальні витрати на поліпшення земель
будівлі, споруди та передавальні пристрої	будинки, споруди та передавальні пристрої
машини та обладнання	машини та обладнання
транспортні засоби	транспортні засоби
інструменти, прилади, інвентар (меблі)	інструменти, прилади, інвентар
тварини	тварини та багаторічні насадження
багаторічні насадження	інші основні засоби
інші основні засоби	
Інші необоротні матеріальні активи	
бібліотечні фонди	музейні фонди
малоцінні необоротні матеріальні активи	бібліотечні фонди
тимчасові (нетитульні) споруди	малоцінні необоротні матеріальні активи
природні ресурси	білизну, постільні речі, одяг та взуття
інвентарна тара	природні ресурси
предмети прокату	інвентарну тару
інші необоротні матеріальні активи	необоротні матеріальні активи спеціального призначення
	інші необоротні матеріальні активи

Проаналізувавши класифікації основних засобів різних економістів, було проведено узагальнення та розроблено власну класифікацію (рис. 1).

Також необхідно зазначити, що класифікація основних засобів за значущістю та ступенем зносу дозволяє користувачам мати інформацію про стан основних засобів, необхідність їх оновлення, а також переоцінки.

Необхідно зазначити, що для різних видів основних засобів існують певні особливості амортизації, а саме:

– залежно від ступеня участі у виробничому процесі сума амортизації буде списуватися на загальновиробничі, адміністративні витрати чи на витрати на збут;
– призупиняється нарахування амортизації в період модернізації, реконструкції тощо;
– на орендовані основні засоби амортизація нараховується, а на надані в операційну оренду – ні.

Отже, існує багато визначень поняття «основні засоби», але загалом вони подібні. Найбільша різниця між ними полягає в мінімальній сумі, з якої актив вважається об'єктом основних засобів. Також необхідно чітко проводити класифікацію основних засобів, так як від неї залежать строки корисного використання та виникають певні особливості під час розрахунку амортизації. Для ліквідації законодавчих розбіжностей необхідно якомога більше зблизити бюджетний, податковий та загальний бухгалтерський облік.

Науковий керівник – викладач Шушлякова О. В.

Література: 1. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 7 «Основні засоби» [Електронний ресурс] : Наказ Міністерства фінансів України від 27.04.2000 № 94. – Режим доступу : http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/z0288-00. **2.** Податковий кодекс України [Електронний ресурс] : Закон України від 10.12.2012 № 1658-VII. – Режим доступу : http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/2755-17. **3.** Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку в державному секторі 121 «Основні засоби» [Електронний ресурс] : Наказ Міністерства фінансів України від 25.11.2014 № 1163. – Режим доступу : http://ukrbudget.ru/news/2013-09-30-384. **4.** Міжнародний стандарт

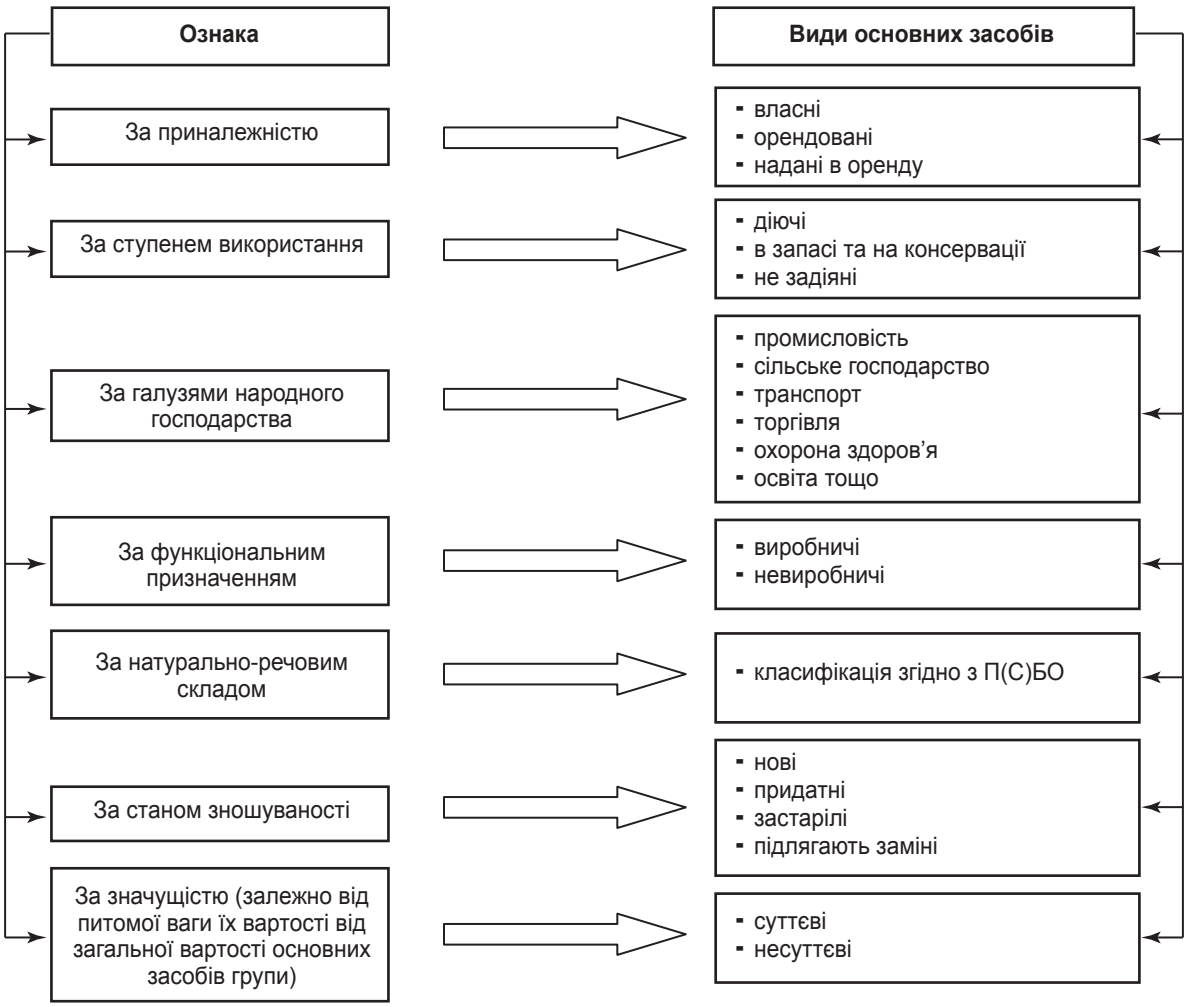


Рис. 1. **Класифікація основних засобів**

бухгалтерського обліку для державного сектора 17 «Основні засоби» затверджений Комітетом з питань державного сектора Міжнародної федерації бухгалтерів [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.minfin.gov.ua/document/81063/17a.pdf. **5.** Атамас П. Й. Облік у бюджетних установах : навч. посіб. / П. Й. Атамас. – Київ : Центр учб. літ., 2009. – 288 с. **6.** Корсаков М. Н. Экономика предприятия : конспект лекцій / М. Н. Корсаков. – Таганрог : Изд-во ТРТУ, 2005. – 145 с. **7.** Методичні рекомендації з бухгалтерського обліку основних засобів суб'єктів державного сектора [Електронний ресурс] : Наказ Міністерства фінансів України від 23.01.2015 № 11. – Режим доступу : http://www.profiwins.com.ua/uk/letters-and-orders/treasury/5364-11.html.

ОРГАНІЗАЦІЯ ТА ЗАСАДИ ПРОЦЕСУ ВНУТРІШНЬОГО АУДИТУ НА ПІДПРИЄМСТВАХ УКРАЇНИ

УДК 657.633 (477)

Величко О. М.

Студент 6 курсу
факультету обліку і аудиту ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Розглянуто теоретичні та методичні засади організаційного процесу внутрішнього аудиту, виходячи з сучасних вимог на підприємствах. На базі дослідження було запропоновано свою систему організації внутрішнього аудиту на підприємствах України.*

Ключові слова: *внутрішній аудит, служба внутрішнього аудиту, мета, принципи організації внутрішнього аудиту.*

Аннотация. *Рассмотрены теоретические и методические основы организационного процеса внутреннего аудита, исходя из современных требований на предприятиях. На базе исследования была предложена своя система организации внутреннего аудита на предприятиях Украины.*

Ключевые слова: *внутренний аудит, служба внутреннего аудита, цель, принципы организации внутреннего аудита.*

Annotation. *The article describes the theoretical and methodological foundations of organizational process internal audit based on current requirements in the workplace. On the basis of the study was proposed its own system of internal audit enterprise of Ukraine.*

Keywords: *internal audit, internal audit, objectives, principles of internal audit.*

Актуальність дослідження. Сутність дослідження проявляється в тому, що внутрішній аудит дає інформацію вищому ланцюгу управління всієї організації про її фінансово-господарську діяльність, підвищує ефективність системи внутрішнього контролю, заважаючи виникненню порушень, та підтвердження достовірності звітів її структурних підрозділів.

Питання організації внутрішнього аудиту на підприємстві досліджували Н. А. Бортник, А. Н. Бортник, Я. В. Мех [6], Ф. Ф. Бутинець [7], П. Н. Майданевич, Абдул Каюм, С. К. Федосеев, О. А. Олейник [6], Є. І. Сонін [2], А. Н. Сушкевич [3]. Метою цієї статті є уточнення процесу і обґрунтування особливостей організації процесу внутрішнього аудиту на підприємстві.

Основною **метою** статті є визначення організаційних аспектів системи внутрішнього аудиту у процесі діяльності підприємства.

Об'єктом дослідження є сучасна організація процесу внутрішнього аудиту на підприємствах України.

Сучасна економічна ситуація країни та діяльність великих підприємств передбачає здійснення комплексу заходів щодо удосконалення їх діяльності для підтримки конкурентоспроможності на ринку та підвищення прибутковості. Одним із способів покращення становища підприємства та підтримки його в конкурентоспроможному стані є здійснення внутрішнього аудиту, основним завданням якого є виявлення відхилень у діяльності підприємства та розробка рекомендацій щодо їх усунення. Під час виконання цього завдання визначається ефективність функціонування внутрішнього аудиту, яка залежить від рівня його організації та здійснення на підприємстві. Таким чином, обрана тема статті є досить актуальною на сьогодні.

Метою дослідження є уточнення процесу і обґрунтування особливостей організації внутрішнього аудиту на підприємстві.

Організація внутрішнього процесу аудиту необхідна для того, щоб візначити межі та засоби діяльності системи внутрішнього аудиту під час здійснення перевірки, а також забезпечити:

– внутрішніх ауділторів необхідним матеріальним та технічним оснащенням для обробки матеріалів перевірки;

– максимальний результат від здійснення перевірки з мінімальними витратами часу та трудових ресурсів [1, с. 35].

У процесі організації внутрішнього аудиту слід пам'ятати, що він має бути організований на такому рівні, щоб результат діяльності системи внутрішнього аудиту об'єктивно відображав діяльність підрозділу, який перевіряється, а також був доступний для розуміння всім користувачам такої інформації.

© Величко О. М., 2015

Для виконання цієї умови внутрішнім аудиторам під час організації внутрішнього аудиту необхідно дотримуватися принципів комерційної торгівлі [4, с. 371].

Під час організації процесу внутрішнього аудиту слід пам'ятати, що *для* перевірки різних об'єктів на підприємстві здійснення внутрішнього аудиту буде включати різні етапи, проте організація процесу внутрішнього аудиту матиме стандартне наповнення. На основі вивчення напрацювань різних учених, які, на жаль, носять доволі фрагментарний характер, можна запропонувати власну схему організації внутрішнього аудиту (рис. 1).

Рис. 1. **Організація внутрішнього аудиту на підприємстві**
(запропоновано автором)

Аналізуючи рис. 1, можна побачити, що організація внутрішнього аудиту фактично включає 2 стадії, без яких неможливе здійснення жодної перевірки:

1. Організаційне забезпечення внутрішнього аудиту полягає у видачі наказу про проведення внутрішнього аудиту. Слід пам'ятати, що внутрішній аудит у підрозділах підприємства може бути плановим та позаплановим.

Ця стадія процесу організації внутрішнього аудиту включає такі основні моменти:

– визначення об'єкта перевірки (об'єкт перевірки має бути регламентований річним планом проведення перевірок, за виключенням позапланових перевірок);

– визначення суб'єктів перевірки (формування аудиторської групи, яка буде проводити перевірку, із урахуванням особливостей та спеціалізації підрозділу);

– визначення методів перевірки: цей аспект визначається залежно від підрозділу, який перевіряється.

– визначення строків проведення перевірки: цей аспект необхідно враховувати задля організації роботи системи внутрішнього аудиту, а саме оплати праці, відпустки та ін.

2. Технічне забезпечення Полягає у забезпеченні системи внутрішнього аудиту всіма необхідними засобами *для* здійснення перевірки, наприклад: канцелярське приладдя (папір, ручки, олівці, коректори тощо), довідкові матеріали (нова база законодавства, примірникі стандартів та інших регламентуючих внутрішньоаудиторську діяльність документів), комп'ютерне обладнання (комп'ютер, принтер, сканер). На думку Сушкевіч А. Н. [3, с. 42], вид забезпечення непрямо впливає на діяльність системи внутрішнього аудиту, напроти, забезпечує зручну діяльність системи внутрішнього аудиту та підрозділу, який підлягає перевірці.

Отже, звертаючи увагу на все вищесказане, можна дійти висновку про те, що ефективна організація процесу внутрішнього аудиту є одним із засобів покращення становища підприємства та підтримки його в конкурентоспроможному стані. Сукупність виділених нами етапів щодо організації внутрішнього аудиту на підприємстві дозволить ретельно здійснювати процес організації системи внутрішнього аудиту з метою

отримання оперативної інформації про діяльність конкретного підрозділу та прийняття управлінських рішень щодо її удосконалення.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Писарчук О. В.

Література: 1. Гуцаленко Л. В. Сутність та функції внутрішнього аудиту на підприємствах України // Інноваційна економіка. Всеукраїнський науково-виробничий журнал. – 2011. – № 3. – С. 34–39. **2.** Сонин А. М. Внутренний аудит: Современный подход / А. М. Сонин. – М. : Финансы и статистика, 2007. – 64 с. **3.** Сушкевич А. Н. Организация бухгалтерского учета и внутреннего аудита / А. Н. Сушкевич. – Мн. : Ред. журн. "Пром.-торг. право", 2006. – 160 с. **4.** Філозоп О. В. Організація внутрішнього аудиту на підприємстві // Міжнародний збірник наукових праць. – 2011. – № 1 (13). – С. 370–375. **5.** Чуєнков А. Є. Сутність та організація процесу внутрішнього аудиту / А. Є. Чуєнков // Бухгалтерський облік, аналіз та аудит. – 2010. – № 7–8. – С. 38–42. **6.** Бортник Н. А. Внутренние резервы предприятия: учет, контроль и анализ / Н. А. Бортник, А. Н. Бортник, Я. В. Мех. – Саратов : Издат. Центр СГСЭУ, 2000. – 188 с. **7.** Бутинець Ф. Ф. Аудит : підруч. для студ. спец. "Облік і аудит" вищ. навч. закл. / Ф.Ф. Бутинець – 2-ге вид., перероб. та допов. –Житомир : Рута, 2002. – 672 с.

АНАЛІЗ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ НА ПІДПРИЄМСТВІ

УДК 330.552.2

Вернигор Є. В.

Студент 2 курсу
факультету обліку і аудиту ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Розкрито сутність основних засобів підприємства, Визначено показники стану та ефективності їх використання. Побудовано парну регресійну економіко-математичну модель ефективності використання основних засобів.*

Ключові слова: *основні засоби, ефективність, рентабельність, знос, регресійний аналіз.*

Аннотация. *Раскрыта сущность основных средств предприятия. Определены показатели состояния и эффективности их использования. Построена парная регрессивная экономико-математическая модель эффективности использования основных средств.*

Ключевые слова: *основные средства, эффективность, рентабельность, износ, регрессионный анализ.*

Annotation. *The essence of the main assets of the company, and defined indicators of the effectiveness of their use, built an even regressive mathematical model of efficiency assets.*

Keywords: *fixed assets, efficiency, profitability, deterioration and regression analysis.*

У сучасних умовах господарювання, нестачі фінансових ресурсів, банкрутства та ліквідації суб'єктів господарювання, а також враховуючи високий рівень морального й фізичного зносу, як ніколи постає проблема найбільш раціонального та ефективного використання основних засобів підприємств.

Дослідженню цієї проблеми присвячено роботи В. А. Ткаченка, Е. В. Тарасенко, А. П. Поддерьогіної, Я. С. Манівчука, С. М. Мочерного, І. В. Тирпак, В. О. Оваденко та ін.

Метою статті є аналіз ефективності використання основних засобів на підприємстві та побудова економіко-математичної моделі.

© Вернигор Є. В., 2015

Об'єктом дослідження виступають основні засоби підприємства.

Предметом дослідження є підвищення ефективності використання основних засобів на підприємстві.

Згідно з П(С)БО 7 основні засоби – це матеріальні активи, які підприємство утримує з метою їх використання у процесі виробництва, термін корисного використання яких більше, ніж один рік [1].

Для забезпечення відтворення основних засобів важливе значення має вивчення їхнього стану та використання, що є важливим фактором підвищення ефективної діяльності підприємства.

До показників, які характеризують забезпеченість підприємства основними засобами, належать: фондомісткість, фондоозброєність, коефіцієнт реальної вартості основних виробничих засобів у майні підприємства.

Стан основних виробничих засобів характеризують через такі коефіцієнти: зносу основних засобів; придатності; оновлення; вибуття (приросту) основних засобів.

До показників, які характеризують ефективність використання основних засобів, належать: фондовіддача, рентабельність основних засобів, сума прибутку на одну гривню основних засобів.

Формули розрахунку показників забезпечення стану й ефективності використання основних засобів наведено в табл. 1 [2, с. 85].

Таблиця 1

Показники стану та ефективності використання основних засобів

Показник	Формула розрахунку	Характеристика
1. Фондомісткість	$Ф_к / В_п$	Характеризує забезпеченість підприємства основними засобами
2. Фондоозброєність	$Ф_к / Ч$	Показує величину основних засобів на працівника
3. Коефіцієнт реальної вартості основних засобів у майні підприємства	$Ф_з / М$	Відображає питому вагу залишкової вартості основних засобів у загальній вартості майна підприємства
4. Коефіцієнт зносу основних засобів	$З_о / Ф_к$	Показує ступінь зносу основних засобів
5. Коефіцієнт придатності основних засобів	$1 – К_з$	Відображає частину основних засобів, придатну до експлуатації
6.Коефіцієнт оновлення основних засобів	$Ф_в / Ф_к$	Показує частку введених основних засобів у загальній їх вартості
7. Коефіцієнт вибуття основних засобів	$Ф_у / Ф_к$	Характеризує інтенсивність вибуття основних засобів
8. Коефіцієнт приросту основних засобів	$(Ф_в – Ф_у) / Ф_к$	Показує ступінь збільшення основних засобів у звітному періоді проти минулого періоду
9. Фондовіддача	$В_п / Ф_к$	Характеризує ефективність використання основних засобів. Відображає суму виробленої продукції на одну гривню основних засобів
10. Рентабельність основних засобів	$П_б / Ф_к \times 100\%$	Визначає ступінь використання основних засобів

Підвищити ефективність використання основних засобів підприємств можна шляхом оптимізації наявних виробничих ресурсів та раціонального їх використання. Оптимізувати основні засоби підприємства можливо за допомогою методів економіко-математичного моделювання.

Розглянемо регресійний аналіз – це метод визначення відокремленого і спільного впливу факторів на результативну ознаку та кількісної оцінки цього впливу шляхом використання відповідних критеріїв [3, с. 40].

Регресійний аналіз проводиться на основі побудованого рівняння регресії і визначає внесок кожної незалежної змінної у варіацію досліджуваної (прогнозованої) залежної змінної величини.

обудуємо парну регресійну економіко-математичну модель ефективності використання основних засобів на ТОВ «Кегичівське хлібоприймальне підприємство», за Х приймемо коефіцієнт зносу основних засобів, а за У – рентабельність основних засобів. Необхідні дані наведено в табл. 2.

Виконаємо регресійний аналіз ефективності використання основних засобів на прикладі даних ТОВ «Кегичівське хлібоприймальне підприємство».

Таблиця 2

Дані для побудови економіко-математичної моделі

Період	X	У
2010		
I	0,0449875	2,7275
II	0,037479	2,4795
III	0,040886	2,098
IV	0,05656	3,605
2011		
I	0,056725	4,82
II	0,051568	4,66
III	0,053635	4,80
IV	0,064972	5
2012		
I	0,050825	3,465
II	0,042354	3,888
III	0,059096	3,321
IV	0,051025	3,186
2013		
I	0,01215	0,41
II	0,01311	0,38
III	0,01105	0,42
IV	0,01229	0,43

Для розрахунку вільного члена моделі та коефіцієнта регресії скористуємося такими формулами:

$$a = \frac{\overline{y} \cdot \overline{x^2} - \overline{x} \cdot \overline{xy}}{\overline{x^2} - (\overline{x})^2}, \quad (1)$$

$$b = \frac{\overline{xy} - \overline{x} \cdot \overline{y}}{\overline{x^2} - (\overline{x})^2}. \quad (2)$$

Розрахунок коефіцієнта детермінації виконаємо за формулою :

$$R^2 = \frac{\sum (y_i^p - \overline{y})^2}{\sum (y_i - \overline{y})^2}. \quad (3)$$

Виконавши необхідні розрахунки, було встановлено, що модель ефективності використання основних засобів у натуральних перемінних має вигляд (рис. 1): $У = 84{,}288x - 0{,}615$.

З рівняння видно, що коефіцієнт регресії (b_1) дорівнює 84,288, тобто він має великий вплив зміну X.

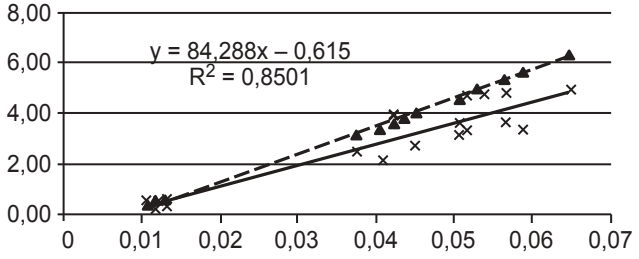


Рис. 1. **Регресійна модель ефективності використання основних засобів**

Рівняння в стандартизованих змінних має такий вигляд:

$$tpy = 1{,}180939tx.$$

У цьому рівнянні 1,180939 – r (коефіцієнт кореляції) показує, що між Y і X є взаємозв'язок, і при збільшенні X – $У$ збільшиться також.

Таблиця 3

Розрахунок економіко-математичної моделі

Y	X	X^2	xy	Yp	(Xi – Xcp)^2	(Yi – Yp)^2	(Yi – Ycp)^2	(Yp – Ycp)^2	ΔY	Yp – ΔY	Yp + ΔY
2,7275	0,044975	0,00202275	0,12	3,29	1,449E-05	0,32	0,02	0,19	0,50	2,76	3,79
2,4795	0,037479	0,00140468	0,09	2,44	1,391E-05	0,00	0,14	0,18	0,50	1,94	2,93
2,098	0,040886	0,00167166	0,09	2,82	7,995E-08	0,53	0,57	0,00	0,49	2,34	3,31
3,605	0,05656	0,00319903	0,20	4,61	0,0002369	1,01	0,56	3,07	0,62	3,98	5,23
4,82	0,056725	0,00321773	0,27	4,63	0,000242	0,04	3,86	3,14	0,63	4,00	5,25
4,66	0,051568	0,00265926	0,24	4,04	0,0001081	0,38	3,26	1,40	0,55	3,49	4,59
4,8	0,053635	0,00287671	0,26	4,28	0,0001554	0,28	3,78	2,02	0,58	3,69	4,86
5	0,064972	0,00422136	0,32	5,57	0,0005666	0,32	4,60	7,35	0,78	4,79	6,34
3,465	0,050825	0,00258318	0,18	3,96	9,324E-05	0,24	0,37	1,21	0,55	3,41	4,50
3,888	0,042354	0,00179386	0,16	2,99	1,405E-06	0,81	1,07	0,02	0,49	2,50	3,48
3,321	0,059096	0,00349234	0,20	4,90	0,0003214	2,48	0,22	4,17	0,67	4,23	5,56
3,186	0,051025	0,00260355	0,16	3,98	9,715E-05	0,63	0,11	1,26	0,55	3,43	4,53
0,41	0,01215	0,00014762	0,00	-0,45	0,0008421	0,74	5,98	110,92	0,88	-1,33	0,43
0,38	0,01	0,.00017187	0,00	-0,34	0,0007873	0,52	6,13	10,21	0,86	-1,20	0,52
0,42	0,01105	0,00012221	0,00	-0,57	0,0009071	0,99	5,93	11,76	0,90	-1,48	0,33
0,43	0,01229	0,00015104	0,01	-0,43	0,000834	0,74	5,88	10,81	0,88	-1,31	0,45

Коефіцієнт детермінації (R^2) дорівнює 0,8501, це означає що 85,01 % змінності фактора $У$ в границях цієї моделі пояснює фактор X, а відповідно до 1 – R^2 = 1 – 0,8501 = 0,1499 (14,99 %) змінності фактора $У$ визвано впливом факторів, які не враховані в цю модель.

За допомогою критерію Фішера оцінимо якість регресійної моделі в цілому і за параметрами [4, с. 96].

Для цього виконується порівняння отриманого значення F і табличного значення F.

F фактичний визначається з відношення значень факторної і залишкової дисперсій, розрахованих на одну ступінь свободи:

$$F_{факт} = \frac{\sum(\hat{y} - \bar{y})^2 / m}{\sum(y - \hat{y})^2 / (n - m - 1)} = \frac{r_{xy}^2}{1 - r_{xy}^2}(n - 2), \quad (4)$$

де n – число спостережень;

m – число параметрів при факторі x;

Розрахуємо F-критерій Фішера.

$F_{факт}$ =	94,658585
$F_{0,05}$	4,6001099

Для диференційованої оцінки суттєвості зв'язку між факторними і результативними ознаками із застосуванням F-критерію можна розрахувати коефіцієнт «суттєвості» за формулою 5:

$$K = \frac{F_{факт}}{F_{табл}} \quad (5)$$

Диференційована оцінка якості зв'язку між фактором і результатом показала, що K >1 (20,58 >1). Це означає, що залежність між досліджуваними ознаками можна вважати невипадковою і суттєвою.

Для оцінки статистичної значущості моделі за параметрами розраховують t-критерій Стьюдента [5, с. 49].

Оцінка значущості моделі за допомогою критерію Стьюдента проводиться шляхом порівняння їх значень із величиною випадкової помилки за формулами 6:

$$t_b = \frac{b}{m_b}; \quad t_a = \frac{a}{m_a}. \quad (6)$$

Розрахуємо t-критерій Стьюдента.

t_{bb} =	–9,73
t_{ba} =	1,97
$t_{0,05}$ =	2,16

Порівнявши фактичні значення з табличними, можна сказати, що гіпотеза про значущість моделі за параметрами відкидається, оскільки в двох випадках табличне значення більше, ніж фактичне.

Отже, провівши економіко-математичне моделювання можна зробити такі висновки.

За розрахунком F-критерію Фішера з'ясовано, що факторна ознака істотно впливає на ознаку результату. За розрахунком t-критерію Стьюдента з'ясовано, що модель являється не значущою, ненадійною.

Таким чином, незважаючи на незначущість моделі за розрахунком t-критерію Стьюдента, цю економіко-математичну модель можна використовувати на практиці, тому що вона забезпечує комплексність і цілеспрямованість дослідження; методологічно обґрунтовану схему пошуку резервів підвищення ефективності виробництва; об'єктивну оцінку результатів господарювання; оперативність, дієвість, обґрунтованість, точність аналізу та його висновків. Отримана модель може багаторазово використовуватися в аналізі для визначення впливу цього фактора (коефіцієнт зносу) на значення рентабельності підприємства, оскільки вона дозволяє в конкретний певний момент часу на основі даних фінансової звітності підприємства виявити стан та ефективність відтворення прибутку основних засобів за відповідною шкалою та прийняти вірне рішення щодо подальшої політики відтворення на підприємстві. Практична цінність отриманої моделі полягає в тому, що діючі підприємства мають можливість на її основі періодично розраховувати узагальнюючий показник та за його динамікою приймати відповідні управлінські рішення.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Петряєва З. Ф.

Література: 1. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 7 «Основні засоби» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://zakon.rada.gov.ua. **2.** Гадзевич О. І. Основи економічного аналізу і діагностики фінансово-господарської діяльності підприємства : навч. посіб. / О. І. Гадзевич. – Київ : Кондор, 2012. – 289 с. **3.** Кремер Н. Ш. Эконометрика : учеб. для вузов / Под ред. проф. Н.Ш. Кремера. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2010. – 311 с. **4.** Эконометрика : учеб.-метод. пособие / А. К. Шалабанов, Д. А. Роганов. – Казань : ТИСБИ, 2010. – 156 с.

5. Магнус Я. Р. Эконометрика. Начальный курс : учебник / Я. Р. Магнус, П. К. Катышев, А. А. Пересецкий. – М. : Дело, 2012. – 400 с.

ОСОБЛИВОСТІ ОБЛІКУ ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ ТА НАПРЯМИ ЙОГО ВДОСКОНАЛЕННЯ

УДК 357.522.2

Вернигор Є. В.

Студент 4 курсу
факультету обліку і аудиту ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Розглянуто сутність основних засобів, особливості обліку їх надходження, вибуття, зносу та визначено загальні методи нарахування амортизації на підприємствах. Наведено діючі форми первинної документації з обліку основних засобів. Особливу увагу приділено проблемним питанням організації обліку основних засобів та запропоновано основні напрями їх удосконалення.*

Ключові слова: *основні засоби, амортизація, знос, первісна вартість, облік.*

Аннотация. *Рассмотрены сущность основных средств, особенности учета их поступления, убытия, износа и определены общие методы начисления амортизации на предприятиях. Приведены действующие формы первичной документации по учету основных средств. Особое внимание уделено проблемным вопросам организации учета основных средств, а также предложены основные направления его совершенствования.*

Ключевые слова: *основные средства, амортизация, износ, первоначальная стоимость, учет.*

Annotation. *The essence of fixed assets, especially taking into account their income, disposal, depreciation and identified common depreciation methods in enterprises. Given the existing forms of primary documentation of fixed assets. Particular attention is given to issues of concern accounting management of fixed assets, as well as the basic directions of its perfection.*

Keywords: *plant and equipment, amortization, depreciation, cost, registration.*

Україна знаходиться на етапі удосконалення ринкових умов господарювання, що вимагає докорінних змін у функціонуванні господарського механізму та гармонізації інтересів усіх зацікавлених сторін. Від того, наскільки ефективно використовуються наявні засоби праці, від їх відповідності сучасному етапу розвитку НТП, залежать і загальні результати роботи підприємства, створення принципово нових підходів до управління підприємством в цілому та основними засобами зокрема.

Ринкова економіка стимулює підприємства до впровадження нової техніки та технологій, розширює можливості щодо використання нових фінансових інструментів та механізмів, проте на практиці виникає проблема щодо реальності їх застосування. Перш за все це обумовлено повною відсутністю або нестачею власних обігових коштів, низькою ліквідністю активів, застарілою матеріально-технічною базою, на утримання якої витрати перевищують наявні прибутки, та, звичайно, недосконалою законодавчою базою, що тією чи іншою мірою регламентує діяльність підприємств. Саме тому особливо актуальними є дослідження проблемних питань обліку основних засобів підприємств і напрямків його удосконалення.

Серед науковців і практиків ведуться постійні дослідження з питань щодо удосконалення обліку основних засобів. Зокрема, ці питання висвітлено у працях Ф. Ф. Бутинця, Н. М. Ткаченко, О. І. Коблянської, Т. Г. Мельник, В. Г. Швеця, Г. Г. Кірейцева та ін.

Завдання дослідження полягає в теоретичному обґрунтуванні особливостей обліку основних засобів та розробці практичних рекомендацій з його удосконалення.

Згідно з Законом України «Про бухгалтерський облік і звітність в Україні» від 16.07.1999 №-XIX і введенням Національних Положень (стандартів) бухгалтерського обліку наша держава надала підприємствам шанс навести порядок у бухгалтерсько-фінансовій сфері діяльності, зокрема в обліку вартості основних засобів.

© Вернигор Є. В., 2015

Згідно з П(С)БО 7 основні засоби – це матеріальні активи, які підприємство утримує з метою використання їх у процесі виробництва або постачання товарів, надання послуг, здавання в оренду іншим особам або для здійснення адміністративних і соціально-культурних функцій, очікуваний строк корисного використання (експлуатації) яких більше одного року (або операційного циклу, якщо він довший за рік) [1].

Для обліку й узагальнення інформації про наявність та рух основних засобів, інших необоротних активів, їх зносу передбачено рахунки: 10 "Основні засоби"; 11 "Інші необоротні матеріальні активи"; 13 "Знос необоротних активів"; 18 "Інші необоротні активи".

Витрати, пов'язані з поліпшенням об'єкта (модернізація, добудова, дообладнання, реконструкція тощо), які приводять до збільшення майбутніх економічних вигод, ніж було очікувано від його використання, будуть відображатися на рахунку 15 "Капітальні інвестиції".

Порядок відображення в обліку надходження основних засобів залежить від того, яким чином вони були придбані.

Надходження об'єктів основних засобів на підприємство може відбуватися декількома шляхами: від засновників; придбані у постачальників; отримані в обмін на подібний об'єкт; отримані в обмін на неподібний об'єкт; безоплатно отримані; переведені з оборотних активів (товарів, готової продукції); самостійно виготовлені [2, с. 4].

Основні засоби зараховуються на баланс підприємства за первісною вартістю. В табл. 1 відображено залежність первісної вартості основних засобів, що оприбутковуються на баланс, від способів їх отримання.

Таблиця 1

Формування в обліку первісної вартості основних засобів

Шляхи надходження основних засобів	Склад первісної вартості
Придбані підприємством за грошові кошти	Витрати на придбання
Придбані підприємством за рахунок кредитів банку	Витрати на придбання, але без урахування витрат на сплату відсотків за кредит банку
Отримані підприємством безоплатно	Справедлива вартість на дату отримання
Внесені до статутного капіталу підприємства	Погоджена засновниками (учасниками) підприємства їх справедлива вартість
Створені підприємством власними силами	Сума прямих і накладних витрат, пов'язаних зі створенням активу
Зараховані підприємством із виготовленої продукції, товарів	Собівартість активу, яка визначається згідно з П(С)БО-9„Запаси" та 16„Витрати"
Отримані підприємством внаслідок обміну на подібний об'єкт	Залишкова вартість переданого об'єкта. Якщо залишкова вартість переданого об'єкта перевищує його справедливу вартість, то первісною об'єкта основних засобів буде справедлива вартість переданого об'єкта із включенням різниці до витрат звітного періоду
Отримані підприємством у результаті обміну на неподібний об'єкт основних засобів або інший актив	Справедлива вартість переданого об'єкта збільшена на суму грошових коштів або їх еквівалентів, що була передана (отримана) під час обміну

Будь-яке надходження основних засобів на підприємство оформлюється таким документом, як „Акт приймання передачі (внутрішнього переміщення) основних засобів"(ф. № ОЗ-1).

Вибуття основних засобів із підприємства та їх ліквідація оформлюється „Актом на списання основних засобів" (ф. № ОЗ-3), у якому записується первинна вартість об'єкта, який вибуває, сума нарахованого зносу, залишкова вартість, причина вибуття об'єкта (реалізація, ліквідація, безоплатна передача), витрати, пов'язані з вибуттям об'єкта, а також сума отриманого доходу. На підставі акта роблять відповідні записи в інвентарних картках та інвентарних списках.

Ліквідація автотранспортних засобів оформлюється „Актом на списання автотранспортних засобів" (ф. № ОЗ-4). В акті зазначається технічний стан і причина ліквідації, первинна вартість об'єкта, сума нарахованого зносу, залишкова вартість, витрати по ліквідації, матеріальні цінності, отримані від ліквідації (металобрухт, запасні частини) і оприбутковані за ціною можливого використання або реалізації, сума доходу (збитку) від ліквідації об'єкта [3, с. 55–57].

У процесі тривалого функціонування основні засоби втрачають поступово свою вартість, і при цьому умови їх відтворення з часом змінюються, це відбувається внаслідок зносу .

Знос основних коштів накопичується протягом усього терміну їх служби у вигляді амортизаційних відрахувань на рахунках із обліку зносу.

Амортизація – це планомірний процес переносу вартості засобів праці у міру їх зносу на вироблений з їх допомогою продукт.

Амортизація нараховується щомісячно. Нарахування амортизації починається з місяця, що настає за місяцем, у якому об'єкт основних засобів став придатним для корисного використання. Нарахування амортизації

припиняється починаючи з місяця, що настає за місяцем вибуття об'єкта основних засобів, переведення його на реконструкцію, модернізацію, добудову, дообладнання, консервацію [4, с. 147].

П(С)БО 7 «Основні засоби» передбачає такі методи нарахування амортизації основних засобів (крім інших необоротних матеріальних активів): прямолінійний, зменшення залишкової вартості, прискореного зменшення залишкової вартості, кумулятивний, виробничий [1].

Метод амортизації на підприємстві визначається наказом про облікову політику і може переглядатися в разі зміни очікуваного способу отримання економічних вигод.

У сучасних умовах одним із основних завдань обліку основних засобів є надання повної, правдивої та неупередженої інформації щодо них. Однак інформація, що міститься у фінансовій звітності відносно основних засобів, не завжди є такою через недосконалість вітчизняного законодавства та постійних змін у ньому. Виходячи з цього, основними шляхами удосконалення обліку основних засобів є [5, с. 49]:

1) Вибір оптимальної за складом і обсягом облікової інформації, яка забезпечить реалізацію тих завдань, які поставлені перед обліком основних засобів.

На вибір облікових показників впливають чинники протилежного характеру. З одного боку, склад інформації має бути достатнім, щоб забезпечити не лише потреби обліку, але й інших функцій управління (наприклад, аналіз використання об'єктів і контролю за їх збереженням), що використовуть облікову інформацію. Але з іншого – одержання надмірної інформації перенасичує облік непотрібними показниками. Це призводить до ускладнення процеса одержання необхідної інформації і ускладнює розробку оптимальних рішень на підприємстві. Тому потрібно враховувати, в першу чергу, економічний ефект, який отримано від використання цієї інформації. Це сприятиме вибору оптимального обсягу та складу інформації.

2) Розробка та запровадження раціональних схем документообігу, що дозволяли би своєчасно виконувати поставлені завдання за мінімальних витрат трудових, матеріальних та фінансових ресурсів.

Так, діючі форми первинної документації з обліку основних засобів та інвентаризаційні описи дублюють один одного. Майже зовсім не відрізняються за змістом інвентарні картки форм ОЗ-6, ОЗ-7, ОЗ-8. Водночас у наявних формах обліку не передбачено відображення устаткування, придбаного підприємством для резерву, до запровадження в експлуатацію, що на практиці створює певні труднощі під час розрахунку амортизаційних відрахувань. Не знайшла відображення у формах обліку й інформація про зміни первинної вартості інвентарного об'єкта після переоцінки та індексації. Порівняння інвентарних карток форм ОЗ-6, ОЗ-7, ОЗ-8 з формою ОЗ-1 "Акт приймання -передачі основних засобів" засвідчує, що в них відсутня лише інформація про висновок приймальної комісії й підписи її членів [3, с. 388]. Проте сам факт складання акта і відкриття інвентарних карток свідчить про позитивний висновок комісії, адже за невідповідності технічним умовам об'єкт прийманню не підлягає, й інвентарна картка не виписується. Таким чином, доповнивши інвентарну картку підписами членів комісії, можна скоротити форму ОЗ-1. А якщо ввести в неї ще й підписи здавача та одержувача, то за внутрішнього переміщення об'єктів можна скоротити форму ОЗ-2. Доповнення інвентарної картки підписами комісії з упровадження основних засобів після ремонту, реконструкції, модернізації, а також графою для відображення змін після таких операцій дає змогу скоротити форму ОЗ-3. Можна також не використовувати форму ОЗ-4, якщо доповнити її підписами ліквідаційної комісії й відобразити окремим рядком результати ліквідації об'єкта [5].

3) Удосконалення змісту та складу носіїв інформації з обліку основних засобів.

Провівши аналіз змін у законодавчій базі, яка стосується обліку основних засобів, було доведено, що окремі графи типових форм первинних документів втратили свій зміст і на підприємствах не використовуються. Це, наприклад, такі реквізити, як код норми амортизаційних відрахувань, джерело придбання, дата початку сплати за основні засоби.

4) Повна комп'ютеризація обліку основних засобів.

Викликано це необхідністю оперативного одержання відомостей про рух основних засобів, своєчасного та правильного розрахунку сум амортизації, визначення зносу відповідно до встановлених норм тощо. Однією із найпоширеніших програм є «1С: Бухгалтерія», впровадження якої забезпечило б оперативний, точний облік, охоплювало всю виробничу і фінансово-господарську діяльність господарства. В сучасних умовах ця програма відповідає вимогам бухгалтерів не повною мірою, але вона вдосконалюється, змінюється, з'являються її нові версії. Однак сперше потрібно позбутися протиріч у законодавстві.

5) Удосконалення й відображення переоцінки основних засобів в обліку.

Вважається недоцільним результати переоцінки основних засобів відображати як витрати або доходи звітного періоду, бо суть цієї операції полягає не у зміні результатів господарської діяльності підприємства, а у визначенні реальної вартості об'єкта. Це обумовлює доцільність відображення дооцінки та уцінки основних засобів як зміну сальдо рахунків додаткового капіталу [6, с. 387].

Таким чином, основні засоби служать матеріально-технічною базою виробництва, фундаментом його подальшого розвитку. Процедура обліку основних засобів складна та суперечлива. Недоліки національного зако-

нодавства у сфері бухгалтерського обліку створюють перешкоди для стандартизації та оптимізації обліку. Тому удосконалення системи обліку основних засобів дозволить гармонізувати вітчизняний облік із міжнародними стандартами та зменшити невідповідність і проблемні питання обліку основних засобів.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Кудіна О. М.

Література: 1. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 7 "Основні засоби" [Електронний ресурс] : Наказ Міністерства фінансів України від 27.04.2000 № 92. – Режим доступу : http://zakon1/rada/gov/ua. **2.** Сук Л. В. Облік основних засобів / Л. В. Сук // Бухгалтерія в сільському господарстві. – 2013. – № 13. – С. 2–12. **3.** Мушинський Р. С. Бухгалтерський облік основних засобів за новими правилами / Р. С. Мушинський, С. М. Токарь // Бухгалтерія. – 2012. – № 48. – С. 55–57. **4.** Голов С. Ф. Бухгалтерський облік в Україні: Аналіз стану і перспективи розвитку / С. Ф. Голов. – Київ : Центр учб. літ. – 2010. – 522 с. **5.** Білоусов А. Б. Удосконалення документального оформлення операцій з основними засобами в умовах застосування П(С)БО 7 «Основні засоби» / А. Б. Білоусов // Бухгалтерський облік і аудит. – 2010. – № 3. – С. 49–54. **6.** Муріна Т. С. Шляхи ефективності використання основних засобів на промисловому підприємстві / Т. С. Муріна // Держава та регіони. – 2012. – № 6. – С. 387–390.

ОСНОВНЫЕ ОТЛИЧИЯ П(С)БУ И МСФО ПО УЧЕТУ ЗАПАСОВ

УДК 657:330.522.4

Винюкова Д.

Студент 3 курса
факультета международных экономических отношений ХНЭУ им. С. Кузнеца

Аннотация. *Рассмотрен учет запасов по национальным и международным стандартам, проведен сравнительный анализ П(С)БУ 9 «Запасы» и МСФО 2 «Запасы» с целью нахождения отличий в данных документах. Обоснована необходимость перехода на международные стандарты бухгалтерского учета.*

Ключевые слова: *запасы, оценка запасов, система учета запасов, международные стандарты, национальные стандарты, финансовая отчетность.*

Анотація. *Розглянуто облік запасів за національними та міжнародними стандартами, проведено порівняльний аналіз П(С)БО 9 «Запаси» та МСФЗ 2 «Запаси» з метою знаходження відмінностей у цих документах. Обґрунтовано необхідність переходу на міжнародні стандарти бухгалтерського обліку.*

Ключові слова: *запаси, оцінка запасів, система обліку запасів, міжнародні стандарти, національні стандарти, фінансова звітність.*

Annotation. *Described the accounting inventory on national and international standards, compared analysis of UAS 9, «Inventories» and IAS 2 «Inventories» in order to find the differences in these documents, revealed the need to move closer to international standards.*

Keywords: *reserves, estimated reserves, the system reserves accounting, international standards, national standards, the financial statements.*

В условиях глобализационных процессов украинские предприятия выходят на мировой рынок, привлекая иностранные инвестиции. Это обусловливает ведение бухгалтерского учета и составление финансовой отчетности в соответствии с международными стандартами. В 2012 году были внесены изменения в Закон Украины «О бухгалтерском учете и финансовой отчетности в Украине». Они обязывают публичные акционерные общества, банки, страховщиков и предприятия, осуществляющие хозяйственную деятельность по видам, перечень которых опре-

© Винюкова Д., 2015

деляется Кабинетом Министров Украины, составлять финансовую отчетность по МСФО [1]. Поэтому изучение МСФО становится актуальным среди бухгалтеров, так как международные стандарты имеют ряд противоречий с украинскими национальными стандартами.

Информация об учете запасов и ее раскрытие определяются национальными положениями П(С)БУ 9 «Запасы» и международными стандартами МСФО 2 «Запасы».

Цель данной работы заключается в изучении главных отличий П(С)БУ от МСФО по учету запасов.

Объектом исследования являются П(С)БУ 2 «Запасы» и МСФО 9 «Запасы».

Предметом исследования являются теоретические и практические проблемы совершенствования системы учета запасов в соответствии с международными стандартами.

Данная проблематика исследуется в работах многих ученых, таких как: С. Ф. Голов, Н. О. Гура, В. М. Жук, Б. А. Засадный, В. М. Костюченко, В. Г. Швец, Т. К. Каминская. Но на сегодняшний день остается нерешенным ряд вопросов, которые создают несогласованность в практике учета. Так, например, отсутствует порядок бухгалтерского учета производственных запасов, которые не используются в хозяйственной деятельности предприятия более одного года и не могут быть реализованы в связи с отсутствием спроса на них; не урегулирован бухгалтерский учет производственных запасов, поступивших безвозмездно.

В соответствии с МСФО 2 «Запасы» запасы – это активы, которые: предназначены для продажи в условиях обычной хозяйственной деятельности; находятся в процессе производства для такой продажи или существуют в форме основных или вспомогательных материалов для потребления в производственном процессе или при предоставлении услуг [2].

Определение запасов в П(С)БУ 9 «Запасы» почти идентичное, за исключением последнего пункта, где отмечается, что кроме потребления запасов в производственном процессе или при предоставлении услуг возможно потребление запасов также в управлении предприятием. Также в МСФО 2 «Запасы» указано, что данный стандарт не применяется к:

а) незавершенному производству по строительным контрактам, включая прямо связанные с ними контракты по предоставлению услуг (МСФО 11 «Договоры на строительство»);

б) финансовым инструментам;

в) биологическим активам, связанным с сельскохозяйственной деятельностью и сельскохозяйственной продукцией на месте сбора урожая (МСФО 41 «Сельское хозяйство») [2].

Согласно П(С)БУ 9 «Запасы» к запасам относятся: сырье, основные и вспомогательные материалы, комплектующие изделия, незавершенное производство, готовая продукция, товары, МБП, текущие биологические активы [2]. МСФО 2 «Запасы» к запасам относят товары, которые были приобретены и содержатся для перепродажи, или землю и другую недвижимость для перепродажи, а также готовую произведенную продукцию или незавершенное производство, основные и вспомогательные материалы, предназначенные для использования в процессе производства [1].

Основные отличия МСФО 2 и П(С)БУ 9 в оценке запасов рассмотрим с помощью табл. 1.

Таблица 1

Характеристика П(С)БУ 9 «Запасы» и МСФО 2 «Запасы» [2–4]

П(С)БУ 9 «Запасы»	**МСФО 2 «Запасы»**
1	**2**
Оценка запасов при поступлении	
Себестоимость запасов должна включать: 1. При приобретении у поставщика – суммы, которые оплачиваются в соответствии с договором поставщику (продавцу) 2. При изготовлении собственными силами – расходы, создающие производственную себестоимость, определенную по ПСБУ 16 «Расходы» 3. При внесении к уставному капиталу – справедливую стоимость, согласованную с основателями предприятия с учетом расходов 4. При безвозмездном получении – справедливую стоимости	Себестоимость формируется из таких расходов: 1. Все расходы на приобретение, а также расходы на транспортировку, погрузку и разгрузку; другие расходы, непосредственно связанные с приобретением 2. Расходы на переработку 3. Другие расходы, понесенные при доставке запасов до их настоящего местонахождения и приведение их в нынешнее состояние
Состав расходов, которые не включаются в себестоимость запасов	
Сверхнормированные расходы и недостаток запасов; проценты за пользование займами; расходы на сбыт; общехозяйственные и другие расходы	Сверхнормативные суммы отходов материалов, оплата труда или другие производственные расходы; расходы на сбережение, кроме тех расходов, которые обусловлены производственным процессом и являются необходимыми для следующего этапа производства; административные накладные расходы,

Окончание табл. 1

1	2
	не связанные с доставкой запасов до их теперешнего места нахождения и приведение их в теперешнее состояние; расходы на продажу
Оценка запасов при потере	
Себестоимость первых по времени нахождения запасов (ФИФО), идентифицированная себестоимость, средневзвешенная себестоимость, нормативные расходы; цены продаж	Допускается метод стандартных расходов или метод розничных цен
Оценка запасов на дату баланса	
Наименьшая из двух оценок: первичная стоимость или чистая стоимость реализации	Чистая стоимость реализации
Раскрытие информации о запасах в финансовой отчетности	
Балансовая стоимость запасов, переданных в переделку, на комиссию, в залог; Сумма увеличения чистой стоимости реализации, по которой проведена оценка запасов	Сумма любого сторнирования, любого частичного списания, которая определяется как доход определенного периода; обстоятельства или периоды
Специальные исключения для учета запасов брокерами товарной биржи	
Отсутствует	Есть особенные замечания относительно правил учета указанных запасов
Учет запасов приобретенных при условии отсрочки платежа	
Специальные правила не установлены	Элемент финансирования может быть определен процентными расходами на протяжении периода финансирования

Основным отличием МСФО 2 «Запасы» является сочетание в этом стандарте положений, регламентирующих учет не только запасов, но и расходов деятельности предприятия. В Украине основным нормативным документом для учета затрат является П(С)БУ 16 «Расходы». МСБУ носят рекомендательный характер, хотя на их основании разрабатывают национальные стандарты по детальной регламентации учета определенных объектов.

Несмотря на то, что национальные стандарты строились на основании международных, они во многом отличаются, но не противоречат друг другу. Поэтому следует совершенствовать национальные П(С)БУ и гармонизировать их с МСФО, а также обеспечить должное профессиональное обучение бухгалтеров. Это приведет к облегчению работы отечественных предприятий с иностранными партнерами, особенно в сфере торговли, поскольку большая часть продукции, которая реализуется украинскому населению, является импортированной.

При согласовании П(С)БУ и МСФО нужно прежде всего проанализировать, к чему это может привести в итоге, так как экономика Украины имеет ряд особенностей, не характерных другим европейским странам. Следует помнить, что инвентаризация запасов согласно МСФО проводится на конец года для подготовки годовой финансовой отчетности. На основании результатов инвентаризации определяют и оценивают остатки запасов на конец отчетного периода, которые списывают на счета соответствующих запасов из кредита счета финансовых результатов.

Таким образом, можно сделать вывод, что только детальное изучение западной учетной методологии поможет наладить ведение учета по западным моделям и составление отчетности на его основе. Только в этом случае можно добиться понимания в мире экономических процессов и сущности хозяйственных операций, осуществляемых на территории нашей страны.

Научный руководитель – канд. экон. наук, доцент Часовникова Ю. С.

Литература: 1. Про бухгалтерский учет и финансовую отчетность [Электронный ресурс] : Закон Украины от 14.10.2014 № 50-51. – Режим доступа : http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/996-14. **2.** Международный стандарт финансовой отчетности 2 «Запасы» от 25.11.2011 № 160н [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/929_021. **3.** Положение (стандарт) бухгалтерского учета 9 «Запасы» от 09.12.2011 № 1591 [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/z0721-99. **4.** Национальное положение (стандарт) бухгалтерского учета 1 «Общие требования к финансовой отчетности» [Электронный ресурс] : Приказ Министерства финансов Украины от 07.02.2013 № 73. – Режим доступа : http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/z0336-13.

АНІМАЦІЙНІ ПРОГРАМИ ЯК ІНСТРУМЕНТ РЕАЛІЗАЦІЇ АНІМАЦІЙНОГО ТУРИЗМУ

УДК 338.488

Возгрива А. С.

Студент 3 курсу
факультету міжнародних економічних відносин ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Проведено аналіз реалізації анімаційної програми, що забезпечує організацію анімаційної діяльності туристів. На основі діючого туру було висунуто певні пропозиції щодо її вдосконалення.*

Ключові слова: *технологія створення анімаційної програми, форми проведення заходів, Закон України.*

Аннотация. *Проведен анализ реализации анимационной программы, обеспечивающей организацию анимационной деятельности туристов. На основе действующего тура были выдвинуты определенные предложения по ее совершенствованию.*

Ключевые слова: *технология создания анимационной программы, формы проведения мероприятий, Закон Украины.*

Annotation. *The analysis of the implementation of the animation program, provides organizations with an animation tourist activities. Based on the current tour have been put forward specific proposals to improve it.*

Keywords: *Technology for creating an animation program, forms of holding events, the Law of Ukraine.*

Особливе місце на підприємствах індустрії туризму на сучасному етапі розвитку займає анімаційна служба. Анімація є джерелом додаткового прибутку готелів, підприємств харчування та фактором привабливості турпродукту. Тому у професіоналах цього профілю зацікавлені всі сучасні підприємства індустрії туризму.

Завданням аніматора є створення анімаційних програм. Анімаційні програми використовується як в Україні, так і за кордоном, де вони більш розвинені. Наприклад, в Колумбії та Іспанії влаштовують томатні бої [1]. В Італії групи аніматорів влаштовують театралізовані шоу-вистави, в Римі – гладіаторські бої в Колізеї [2]. На півдні Франції – в Ментоне – проходить єдиний у світі карнавал, присвячений лимону [3]. На жаль, в Україні на сьогодні анімація не так добре розвинена, як за кордоном. Так що в нашій країні розвиток анімаційної діяльності – це перспективний напрям для розвитку і просування туристичних послуг.

Мета статті полягає в обгрунтуванні рекомендацій щодо розробки анімаційної програми, предметом статті є анімаційні програми.

Основна мета туристичної діяльності відповідно до визначення у Законі України «Про туризм»: «Туризм – тимчасовий виїзд особи з місця проживання в оздоровчих, розважальних, професійно-ділових чи інших цілях без здійснення оплачуваної діяльності в місці, куди особа від'їжджає» [4]. Таким чином, метою анімаційного туризму може бути оздоровча, розважальна або професійно-ділова діяльність, яка реалізується за допомогою анімаційних програм. Програма (від грец. Προ – пред, грец. Γράμμα – запис) – термін у перекладі означає «припис», тобто попередній опис майбутніх подій або дій. Таким чином, анімаційна програма передбачає опис подій з метою оздоровчої, розважальної або професійно-ділової діяльності.

На практиці реальні анімаційні програми носять найчастіше комплексний характер, а перераховані види анімації є складовими елементами цих програм. Тобто анімаційні програми одночасно з чисто розважальними заходами включають різноманітні спортивні або пізнавальні ігри, вправи та змагання. Таке поєднання робить ці програми більш насиченими, цікавими і корисними для зміцнення, відновлення здоров'я та розвитку особистості.

Види анімаційних програм та їх форми відображення в табл. 1.

Таблиця 1

Види анімаційних програм

Види анімаційних програм	Форми проведення заходів
Туристсько-оздоровча	Похід, туристичні змагання
Спортивно-оздоровча	Спортивні змагання, фітнес, естафети, спартакіади;
Видовищно-оздоровча	Свято, конкурси, фестивалі, карнавали, ярмарки, дискотеки
Пізнавально-оздоровча	Екскурсії, лекції, бесіди, вікторини та ін. Навчання видам спорту, танців, ремесел тощо
Комплексна	Комбінована екскурсія, похід вихідного дня, участь у шоу-програмі та ін.

© Возгрива А. С., 2015

Анімаційна діяльність у вигляді програми має бути ретельно спланованою, регламентованою та організованою у вигляді алгоритму. Це складний і багатоплановий процес, оскільки вирішує такі завдання: створення анімаційних програм, економічний прорахунок вартості кожної програми, їх реалізацію і, нарешті, творче втілення запрограмованих анімаційних заходів із подальшим аналізом. Цей технологічний процес являє собою цілісну систему, в якій взаємодіють усі компоненти.

Розглянемо докладніше етап створення анімаційної програми. Технологія створення та реалізації анімаційних програм для молоді як система складається з декількох взаємопов'язаних підсистем, наведених у табл. 2 [6].

Таблиця 2

Етап створення анімаційної програми

Підсистема	Функції
Організаційна	Організація спільної діяльності анімаційної команди, економічного, технічного, рекламного відділів
Інструкторсько-методична	створення й розробка сценаріїв заходів, текстів екскурсій, підбір спортивних ігор і змагань, складання маршрутів походів з подальшою розробкою методичних рекомендацій на основі узагальнення досвіду
Режисерська	розподіл ролей, складання планів репетицій, постановка вистави, шоу
Технічна	Підготовка технічних засобів (об'єктів, споруд, інструментів тощо), площадки (сцени) для анімаційних заходів, реквізиту, декорацій, освітлення, музичного супроводу тощо

Опис анімаційної програми наведено на основі прикладу анімаційної програми в готельному комплексі «SireneCity» (курорт Белек, Туреччина) [7].

Матеріальною базою для анімації і спорту тут служать: п'ять басейнів (два відкритих, один із яких з водними гірками, два дитячих і один закритий, з підігрівом води), оздоровчий центр, дві турецькі лазні, солярій, сауна, SPA-салон, шість тенісних кортів, волейбольні майданчики на пляжі, більярд, дартс. На пляжі є база для занять водними видами спорту (вітрильним і водно-парашутним, каное, водними лижами).

У бригаду аніматорів входять спортивні інструктори, ді-джеї, танцгрупи, менеджери з музичного оформлення та оформлення міні-клубу, костюмер, інформаційна служба. Кожна анімаційна програма повинна враховувати особистісні характеристики відпочиваючих, а саме: стан здоров'я (рухливість, чи немає проблем із серцем, диханням, чи немає психічних відхилень); стиль життя відпочиваючих у готелі людей (екстремальний або звичайний тощо). Рекомендації щодо розробки анімаційної програми наведено в табл. 3.

Таблиця 3

Структура анімаційної програми на 1 день

Час програми	Медичні вказівки за «біологічним годинником» [8]	Зміст	Коментарі
1	2	3	4
7.00–9.00	З 6.00 до 9.00 ранку – підйом, фізкультура, сніданок	Сніданок. Збір усіх аніматорів. Оголошення за мікрофоном анімаційної програми на поточний день	Надається перелік ресторанів та місць харчування на території готелю. Збір усіх аніматорів для того, щоб розписатися у книзі «Облік робочого часу»
9.00	9.00 – висока працездатність, добре працює короткочасна пам'ять, заняття спортом	Початок роботи	Кінець сніданку. Починають роботу ранкові анімаційні програми, такі як: міні-клубу, фітнес-центру та команди водного спорту, дитячі аніматори, SPA-салон
9.00–12.50	9.00–12.00 – час будувати плани, організм у відмінній формі, можливість великого навантаження на організм. 12.00 – зменшити фізичні навантаження	Різноманітні види спорту та змагань, естафет для різного віку та побажань	Наприклад: футбол, теніс, волейбол, водна гімнастика, водне поло, рибальський спорт, естафети, коктейль-ігри, йога, SPA-процедури тощо. Мета: пізнавальна, оздоровча, розважальна та ін. Оголошення по мікрофону початок обіду
13.00–14.00	13–14 – обідня перерва	Перерва на обід	Надається перелік ресторанів та місць харчування на території готелю
14.00–15.00	14–15 – післяобідній відпочинок (легкі навантаження, релаксація)	Початок пообідньої роботи.	Кінець обіду. Починають роботу пообідні розважальні місця відпочинку, такі як: міні-клуби, SPA-салони, дитячі кімнати відпочинку та ін. Мета: оздоровча, релаксична
15.00–18.50	15.00–19.00 – працює довготривала пам'ять, підйом працездатності. Час зайнятися спортом, високий рівень інтелектуальної активності	Різноманітні види спорту та змагань, естафет для різного віку	Наприклад: футбол, теніс, волейбол, водна гімнастика, водне поло, рибальський спорт, естафети та інтелектуальні змагання, йога, SPA-процедури. Мета: пізнавальна, оздоровча, розважальна. Оголошення за мікрофоном про початок вечері

Закінчення табл. 3

1	2	3	4
19.00	19.00 – вечеря. Мозок активний	Перерва на вечерю	Надається перелік ресторанів та місць харчування на території готелю.
20.00–23.00	З 20.00 до 23.00 – для здоров'я корисна легка фізкультура, піші прогулянки на свіжому повітрі. Після 22.00 – організм готується до нічного відпочинку	Початок вечірньої шоу-програми	Кінець вечері. Оголошення за мікрофоном шоу-програми. Починають працювати розважальний центр, шоу-програми та закриваються дитячі кімнати. Багато різних конкурсів для дорослих та дітей. Мета: розважальна
22.00–23.00	Час для сну. Імунітет посилений, щоб охороняти організм під час нічного відпочинку	Кінець анімаційної програми на 1 день	Оголошення за мікрофоном про закінчення шоу-програми

Розроблено автором на основі практичного прикладу та медичних указівок.

Структурована анімаційна програма, наведена в табл. 3, дає можливість туристам оздоровитися, розважитися, спробувати себе в різних видах спорту та інших заходах. Головний елемент цієї системи – об'єкт діяльності, люди (туристи, гості, відпочиваючі). Тому фахівцям-аніматорам треба знати ці потреби, вивчати аудиторію, настрої, інтереси і запити туристів.

Отже, проведений у статті аналіз свідчить про те, що глобальне зростання і розвиток туризму в усьому світі має великий вплив на зміст і організацію професійної туристської освіти. На цей час включення анімаційних програм культурно-пізнавального, спортивно-туристського, розважального характеру у зміст туристських маршрутів і поїздок у роботу готелів підвищує їх престиж на ринку туристичних послуг. Розважаючись, людина або група людей задовольняє свої духовні потреби, оцінює власну особистість, аналізує свою роль у масштабах різних підсистем. Анімаційніпрограмиодночасновключаютьрізноманітнірозважальніспортивніігри, вправи та змагання. Таке поєднання робить ці програми більш насиченими, цікавими та корисними для зміцнення, відновлення здоров'я, тому у взаємозв'язку туристської анімації та спорту найчастіше й досягається найбільший відновно-оздоровчий ефект.

Результатом роботи щодо реалізації анімаційного туризму має стати анімаційна програма для забезпечення туристу повної задоволеності (відчуття виконання бажання, мрії, досягнення мети подорожі).

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Наумік К. Г.

Література: 1. Свято томатів в Іспанії [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.mirkrasiv.ru/articles/tomatina-prazdnik-tomatov-ispanija.htm.l. **2.** Колізей легендарний амфітеатр Риму [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://tourist-area.com/10-naibolee-populyarnich-turisticheskich-mest/kolizey-legendarniy-amfiteatr-rima. **3.** Соціальна культура [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://social-culture.ru/index.php?request=full&id=297. **4.** Про туризм [Електронний ресурс] : Закон України від 15.09.1995 № 324/95-ВР. – Режим доступу : http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/324/95-вр. **5.** Прибуткова ідея – анімація в туристській діяльності Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://biznes-prost.ru/pribylnaya-ideya-animaciya-v-turisticheskoj-deyatelnosti.html. **6.** Технологія створення тематичних анімаційних програм [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://refy.ru/104/315485-tehnologiya-razrabotki-i-organizacii-tematicheskih-animacionnyh-programm.html. **7.** Анімаційна програма [Електрон-ний ресурс]. – Режим доступу : http://bibliofond.ru/view.aspx?id=668432. **8.** Біологічні ритми людини [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.kakras.ru/doc/bioritm-life-cycle.html.

УДОСКОНАЛЕННЯ ОРГАНІЗАЦІЇ ОБЛІКУ ВИРОБНИЧИХ ЗАПАСІВ МАЛОГО ПІДПРИЄМСТВА

УДК 330.522.4:657

Войкова О. О.

Студент 3 курсу
факультету обліку і аудиту ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Розглянуто значущість та важливість виробничих запасів для нормального функціонування підприємства. Розглянуто шляхи вдосконалення організації обліку запасів на підприємстві. Вивчення особливостей їх обліку на малому підприємстві є актуальним та необхідним питанням на сьогодні.*

Ключові слова: *мале підприємство, виробничі запаси, організація обліку запасів, первинні документи, облікові регістри.*

Аннотация. *Рассмотрена значимость и важность производственных запасов для нормального функционирования предприятия. Рассмотрены пути совершенствования организации учета запасов на предприятии. Изучение особенностей их учета на малом предприятии является актуальным и необходимым вопросом на сегодняшний день.*

Ключевые слова: *малое предприятие, производственные запасы, организация учета запасов, первичные документы, учетные регистры.*

Annotation. *The article discusses the significance and importance of inventory for the normal functioning of the enterprise. Reviewed ways of improving the organization of inventory on the company. Study of peculiarities of accounting for small business is urgent and necessary issue in our time.*

Keywords: *small enterprise's, inventory, inventory accounting organization, primary documents, registers.*

Для здійснення господарської діяльності підприємствами всіх форм власності та галузей економіки використовуються виробничі запаси, які є найбільш важливою та значною частиною активів підприємства. З одного боку, сформовані виробничі запаси забезпечують постійність, безперервність та ритмічність діяльності підприємства, гарантують його економічну безпеку, а з іншого – виробничі запаси на рівні великих промислових підприємств потребують великих капіталовкладень. Тому від організації та ведення обліку виробничих запасів залежить точність визначення прибутку підприємства, його фінансовий стан, конкурентоспроможність на ринку та в цілому ефективність роботи підприємства.

Загальні питання організації обліку виробничих запасів висвітлені у працях відомих учених-економістів: Гончарук В. І., Пух Л. О., Старик М. В., Чаюн І. Ю., Бондар І. Ю. та ін. Незважаючи на те, що виробничі запаси стали одним із перших об'єктів обліку та підлягали досить ретельному контролю, окремі питання щодо обліку виробничих запасів залишаються недостатньо вивченими і вимагають детального розгляду.

Метою цього дослідження є пошук шляхів удосконалення (спрощення) обліку виробничих запасів, а також його особливості на малому підприємстві.

Головною передумовою успішного здійснення виробничого процесу як основної ланки діяльності господарського суб'єкта є наявність і раціональне використання виробничих запасів, яке можна досягти за допомогою скорочення відходів сировини, використання вторинної сировини, власне виготовлення матеріалів і напівфабрикатів, економія матеріалів через упровадження досягнень науково-технічного прогресу.

Облік запасів, у тому числі і виробничих, регулює Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 9 "Запаси". Згідно з ним запаси – це активи, які підприємство утримує для подальшого продажу за умови звичайної господарської діяльності або для споживання під час виробництва продукції, виконання робіт та надання послуг, а також управління виробництвом. Запаси визнаються активом, якщо існує вірогідність того, що підприємство отримає в майбутньому економічні вигоди, пов'язані з їх використанням, і їх вартість може бути достовірно визначено [1].

Аналізуючи в цілому діяльність деяких підприємств з обліку виробничих запасів, можна виокремити такі негативні аспекти:

– складність визначення справедливої (ринкової та неринкової) вартості запасів, що полягає у використанні підприємствами бартерного обміну, більше того – обміну на неподібні активи;

– низький рівень оперативності інформаційного забезпечення управління виробничими запасами підприємств;

© Войкова О. О., 2015

– невідповідний рівень контролю та оперативного регулювання процесів утворення запасів;

– обмеженість контролю використання виробничих запасів тощо.

Основними напрямами удосконалення обліку виробничими запасами є: узагальнення теоретико-методологічних основ обліку, аналізу та контролю виробничих запасів, визначення їх суті та класифікації; удосконалення методико-організаційних основ фінансового та управлінського обліку виробничих запасів, а також їх контролю; проектування системи економічного аналізу та контролю ефективності використання виробничих запасів; розробка системи автоматизації обліково-аналітичних робіт в управлінні виробничими запасами [2].

Для забезпечення документального відображення в бухгалтерському обліку наявності і руху виробничих запасів необхідно користуватися відповідними нормативними документами, затвердженими Міністерством статистики України, а саме:

М-1 «Журнал обліку вантажів, що надійшли»;

М-2 «Акт списання бланків довіреностей»;

М-3 «Журнал реєстрації довіреностей»;

М-4 «Прибутковий ордер»;

М-7 «Акт про приймання матеріалів»;

М-8 «Лімітно-забірна картка»;

М-10 «Акт-вимога на заміну (додатковий відпуск) матеріалів»;

М-11 «Накладна-вимога на відпуск (внутрішнє переміщення) матеріалів»;

М-12 «Картка складського обліку матеріалів»;

М-13 «Реєстр приймання-передачі документів»;

М-14 «Відомість обліку залишків матеріалів на складі»;

М-19 «Матеріальний звіт» [3].

Для забезпечення розрахунків за виробничі запаси від постачальника на адресу підприємства виставляється рахунок-фактура. В рахунку-фактурі забезпечується вся необхідна інформація, яка вказується платником у банківських платіжних документах: найменування постачальника і покупця; назва і коди обслуговуючих банків; номери поточних рахунків підприємств, найменування цінностей, за які буде проведена оплата, та суми як без ПДВ, так і з урахуванням ПДВ (за умови, якщо постачальник є платником такого податку та виписується податкова накладна) [4].

Значно поліпшити організацію обліку виробничих запасів можна, удосконалюючи процес документування, тобто ширше використовуючи накопичувальні документи (лімітно-забірні картки, відомості тощо), картки складського обліку як витратний документ за відпущеними матеріалами (бездокументальну систему оформлення витрат матеріалів).

Доцільною також є розробка єдиної форми документа (на відпущення матеріалу), призначеної для машинної обробки. У цей документ варто включити всі об'єкти основного та допоміжного виробництва під відповідними кодами, які б указували напрям використання матеріальних ресурсів – основні вироби, запасні частини, товари народного споживання, разові замовлення, ремонтно-експлуатаційні потреби.

Необхідно також упроваджувати ефективні форми попереднього й поточного контролю за дотриманням норм запасів і витрати матеріальних ресурсів, приділяти більше уваги підвищенню вірогідності оперативного обліку руху напівфабрикатів, комплектуючих виробів, деталей і вузлів у виробництві. Дані бухгалтерського обліку повинні містити інформацію для знаходження резервів зниження собівартості продукції в частині раціонального використання матеріалів, зниження норм витрат, забезпечення належного зберігання [5].

Таким чином, реалізація перелічених напрямів поліпшення обліку запасів вітчизняними малими підприємствами приведе до значного підвищення результативності їх фінансово-економічної діяльності, дозволить налагодити більш дієвий і менш трудомісткий облік, контроль за наявністю, рухом і використанням виробничих запасів, а також досягти їх економії.

Науковий керівник – канд. екон. наук, старший викладач Литвиненко А. О.

Література: 1. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку № 9 «Запаси» : Наказ Міністерства фінансів України від 20.10.99 № 246 (зі змін. та допов.) [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/z0751-99. **2.** Гончарук В. І. Проблеми обліку виробничих запасів / В. І. Гончарук // Збірник студентських наукових праць, присвячений 155-річчю з Дня народження професора Левка Платоновича Симеренка. Ч. ІІ. Економічні на-

уки. – 2010. **3.** Чаюн І. Ю. Управління матеріало-технічним забезпеченням підприємства : навч. посіб. / І. Ю. Чаюн, І. Ю. Бондар. – Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2002. – 111 с. **4.** Пух Л. О. Удосконалення обліку, аналіз та контроль ефективного використання виробничих запасів підприємства / Л. О. Пух // Финансовые рынки и ценные бумаги. – 2009. – № 19. – С. 14–16. **5.** Старик М. В. Особливості обліку виробничих запасів / М. В. Старик // Управління розвитком. – 2010. – № 2 (78). – С. 120–122.

ПОВЕРНЕННЯ ТОВАРУ: ОСОБЛИВОСТІ ОФОРМЛЕННЯ ТА ОБЛІКУ

УДК 657.44:339.37

Войкова О. О.
Нікіфорова А. О.

Студенти 3 курсу
факультету обліку і аудиту ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Розглянуто значущість та важливість обліку повернення товару від покупців, а також шляхи його покращення у торговельних підприємствах. Розкрито основні причини повернення товарів. Проаналізовано особливості обліку на підприємствах оптової та роздрібної торгівлі.*

Ключові слова: *товар, покупець, повернення, брак, претензія.*

Аннотация. *Рассмотрены значимость и важность учета возврата товара от покупателей, а также пути его улучшения в торговых предприятиях. Раскрыты основные причины возврата товаров. Проанализированы особенности учета на предприятиях оптовой и розничной торговли.*

Ключевые слова: *товар, покупатель, возврат, брак, претензия.*

Annotation. *The article deals with the significance and importance of keeping your return from customers, as well as ways to improve it in commercial enterprises . Disclosure of the main reasons for returning the goods. The features of accounting at the enterprises of wholesale and retail trade.*

Keywords: *goods, the buyer, return, marriage, claim.*

У діяльності будь-якого суб'єкта господарської діяльності так чи інакше виникають ситуації, коли підприємство або приватна особа – покупець, повертає придбаний товар із певних причин, яких на сьогодні існує безліч, наприклад: невиконання умов договору між сторонами, неякісний товар, закінчення терміну його придатності тощо. У цій статті авторами розглянуто підстави повернення, порядок документального оформлення та відображення у бухгалтерському та податковому обліку.

Дослідженню питань обліку повернення товарів присвячено праці таких спеціалістів в області бухгалтерського обліку, як: Водоп'янова О. [3], Граковський Ю. [4], Комісарова І. [5] та ін.

Метою дослідження у цій статті є визначення порядку повернення товарів та його облік у продавця і покупця.

Порядок і умови укладання договорів про купівлю-продаж, а також підстави повернення товару з ініціативи будь-якої зі сторін регламентовано у Цивільному кодексі України (ЦКУ).

Згідно зі ст. 697 ЦКУ продавець (торговельне підприємство) має право вимагати від покупця повернення товару за умови, якщо:

- покупець не сплатив за товар, своєчасно отриманий від продавця;
- не були задіяні обставини, за яких право власності на товар переходить до його покупця.

У той же час е деяких статтях ЦКУ регулює права покупця щодо повернення ним придбаних товарів, серед яких: повернути продавцеві товар і розірвати договір про купівлю-продаж, якщо він або документи на нього не передано продавцем упродовж встановленого договором строку (ст. 666); вимагати відсутній товар або зовсім повернути отриманий товар, якщо продавець передав його у меншій кількості, аніж було оговорено (ст. 670); відмовитися від товару, який не відповідає заданому в документації асортименту (ст. 672); розірвати договір із торговельним підприємством (продавцем) та / або зовсім повернути товар, який є неякісним, або й зовсім не може бути відновленим (ст. 678) тощо.

© Войкова О. О., Нікіфорова А. О., 2015

У разі виявлення невідповідності у кількості, асортименті або якості товару, покупець повинен сповістити про це продавця у термін, який визначений укладеним між ними договором. Також він має право надіслати торговельному підприємству письмову вимогу, яка зобов'язує продавця прийняти повернутий товар (ст. 680) [1]. Ця вимога може бути у формі таких документів: звичайного листа; претензії, складеної в довільній формі; претензії, складеної згідно з вимогами ст. 222 Господарського кодексу України (ГКУ) від 16.01.2003 р. № 436-IV (зі змінами та доповненнями) [2]; висновку незалежної комісії; акта про брак, а також документів, які передбачені укладеним договором про купівлю-продаж.

Прийом повернутих товарів оформлюється на торговельному підприємстві накладною, яка складається у двох примірниках, перший з яких залишається у продавця для подальшої звітності, а другий віддається покупцеві, який у подальшому буде служити підставою для повернення йому грошових коштів або заміни на інший товар [3].

На рахунку 704 «Вирахування з доходу» відображається вартість повернутого товару у продавця, за дебетом якого відображається сума з урахуванням ПДВ, а за кредитом – його списання на рахунок 791 «Фінансовий результат». Субрахунок 704 «Вирахування з доходу» є регулюючим субрахунком рахунку 70 «Доходи від реалізації», який дозволяє скоригувати дохід на суму повернутих товарів.

У табл. 1 розглянуто бухгалтерський облік операцій із повернення товарів у оптовій торгівлі у продавця (торговельного підприємства) та у покупця [4].

Таблиця 1

Бухгалтерський облік операцій із повернення товарів в оптовій торгівлі

Господарська операція	Кореспондуючі рахунки		Сума, грн
	Дт	Кт	
1	2	3	4
У продавця			
1) Надійшли товари від постачальника:			
на суму без ПДВ	281	631	20 000
ПДВ (податковий кредит)	641	631	4 000
2) Реалізовано товар	361	702	36 000
3) ПДВ у вартості реалізації	702	641	6 000
4) Списано собівартість реалізованого товару	902	281	20 000
5) Повернуто частину товарів покупцем	704	361	12 000
6) ПДВ у повернутій сумі (метод червоного сторно)	704	641	2 000
7) Вартість повернутого товару списано на фінансовий результат	791	704	10 000
8) Оприбутковано повернуті товари за собівартістю (метод червоного сторно)	902	281	6 666, 67
У покупця			
1) Оприбутковано товар від продавця			
на суму без ПДВ	281	631	30 000
ПДВ (податковий кредит)	641	631	6 000
2) Повернуто товар			
На суму без ПДВ (метод червоного сторно)	281	631	10 000
Зменшення податкового кредиту з ПДВ (метод червоного сторно)	641	631	2 000

Щодо роздрібної торгівлі, то в ній повернення коштів за неякісний товар відбувається через реєстр розрахункових операцій (РРО) з оформленням таких первинних документів, як: касовий чек видачі коштів або акт про видачу коштів, який видається у тому випадку, коли сума коштів, які необхідно повернути за неякісний товар, перевищує 100 грн.

У табл. 2 розглянуто бухгалтерський облік типових операцій із повернення товарів у роздрібній торгівлі у продавця [5].

Таблиця 2

Бухгалтерський облік операцій із повернення товару у роздрібній торгівлі

Господарська операція	Кореспондуючі рахунки		Сума, грн
	Дт	Кт	
1	2	3	4
Надійшли товари від постачальника:			
на суму без ПДВ	282	631	1 200
ПДВ (податковий кредит)	641	631	200
2) Нараховано націнку для роздрібної торгівлі	282	285	500

Закінчення табл. 2

1	2	3	4
3) Реалізовано товар покупцеві	301	702	2 400
4) ПДВ (податкове зобов'язання)	702	641	400
5) Списано дохід від реалізації на фінансовий результат	702	791	2 000
6) Списано націнку (метод червоного сторно)	282	285	500
7) Списано собівартість реалізованих товарів	902	282	1 000
8) Повернуто кошти покупцеві за неякісний товар	704	361	2 400
	361	301	2 400
Оприбутковано повернутий від покупця товар (метод червоного сторно)	902	282	1 000
Відновлено списану націнку	282	285	500
ПДВ у сумі повернутих товарів (метод червоного сторно)	704	641	400
Списано вартість повернутих товарів на фінансовий результат	791	704	2 000

Стосовно шляхів покращення обліку операцій із повернення товарів від себе особисто можемо запропонувати кілька напрямків:

1) розроблення на торговельних підприємствах власних уніфікованих типових форм первинної документації з обліку операцій з повернення товарів від покупців для покращення опрацювання їх в електронному форматі;

2) пошуку шляхів спрощення процесу повернення товарів (наприклад, максимальна автоматизація даного процесу, що зменшить ризик виникнення помилок, спричинених «людським фактором»;

3) наймання на роботу працівників, які безпосередньо будуть зайняті лише в одній сфері діяльності – вирішення проблем повернення товарі від покупців та пошук шляхів його запобігання.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Пасенко Н. С.

Література: 1. Цивільний кодекс України [Електронний ресурс] : Закон України від 16.01.2003 № 435-IV. – Режим доступу : http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/435-15. **2.** Господарський Кодекс України [Електронний ресурс] : Закон України від 16.01.2003 № 436-IV. – Режим доступу : http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/436-15 . **3.** Водоп'янова О. Повернення товарів: оформлення та облік [Електронний ресурс] / О. Водоп'янова. – Режим доступу : http://dtkt.com.ua/show/1bid03312.html. **4.** Граковський Ю. Повернення товару і продукції: особливості оформлення та відображення в обліку [Електронний ресурс] / Ю. Граковський. – Режим доступу : http://consultant.parus.ua/_d.asp?r=05S8Td27b9c95c8c29b169638e930b2dfa536. **5.** Комісарова І. Повернення товару покупцем у роздрібній торгівлі [Електронний ресурс] / І. Комісарова. – Режим доступу : http://alls.in.ua/61327-povernennya-tovaru-osoblivosti-obliku-ta-opodatkuvannya.html.

ТОРГІВЛЯ У КРЕДИТ ТА У РОЗСТРОЧКУ: НЕДОЛІКИ ТА ПЕРЕВАГИ

УДК 339.16

Воронцова В. М.
Давидович В. О.

Студенти 3 курсу
факультету обліку і аудиту ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Визначено такі поняття, як «кредит» та «розстрочка». Виявлено та проаналізовано переваги та недоліки кожного з понять. Розглянуто особливості обліку у розстрочку та кредит у роздрібній та оптовій торгівлі, також обґрунтовано різницю між цими видами кредиту в Україні.*

Ключові слова: *кредит, розстрочка, позика, процентна ставка, споживчі потреби.*

© Воронцова В. М., Давидович В. О., 2015

Аннотация. *Определены такие понятия, как «кредит» и «рассрочка». Выявлены и проанализированы преимущества и недостатки каждого из понятий. Рассмотрены особенности учета в рассрочку и кредит в розничной и оптовой торговле, а также обоснована разница между данными видами кредита в Украине.*

Ключевые слова: *кредит, рассрочка, заем, процентная ставка, потребительские нужды.*

Annotation. *In the article are defines such concepts as "credit" and "installment" identified and analyzed the advantages and disadvantages of each of the concepts. Describes the features of the account in installments and credit in the retail and wholesale trade, and proved the difference between these types of credit in Ukraine.*

Keywords: *credit, installments, loan, interest rate, consumer needs.*

Актуальність обраної теми полягає в тому, що на сучасному етапі розвитку економіки України важливе місце займає кредитування споживчих потреб населення. Продаж товарів у кредит створює покупцям можливості придбати необхідні товари, не маючи при собі значної суми коштів, не заощаджувати протягом тривалого терміну гроші на купівлю уподобаної речі. Для торговельних організацій – це ще один із засобів прискорення реалізації товарів та розширення ринку збуту товарів.

Розстрочка та кредит мають суттєві відмінності, хоча й призначені допомогти людині придбати товар.

Розстрочка – це спосіб оплати послуг та товарів, за якого платіж здійснюється не в повній сумі їх вартості, а по частинах. Розстрочка найбільш поширена під час продажу роздрібних товарів у кредит. Між контрагентами під час розстрочки платежу виникають кредитні забов'язання [1].

Плюси і мінуси розстрочки.

Переваги:

- видається розстрочка швидко і це дуже зручно;
- майно в заставу надавати немає необхідності;
- відсотки нараховуються або низькі, або взагалі не нараховуються [2].

Недоліки:

- у випадку якщо клієнт виявиться недобросовісним, продавець сильно ризикує;
- клієнтові доведеться досить сильно переплатити, якщо терміни погашення боргу продовжаться.

Кредит – це кошти і матеріальні цінності, що надаються в користування позичальнику під відсоток та на визначений строк. Кредит розподіляється на товарний кредит, фінансовий і під цінні папери [3].

Аналіз публікацій провідних учених із відповідної проблематики дає підстави для виокремлення таких видів кредиту [1; 2; 4;6]:

- міжнародний кредит;
- державний кредит;
- споживчий кредит;
- іпотечний кредит;
- лізинговий кредит;
- банківський кредит;
- комерційний кредит.

Кредит має такі принципи:

1. Поверненість позиченої вартості – позичальник повертає кредитору весь обсяг позиченої вартості.
2. Строковість позики – термін використання позики чітко обумовлений.
3. Платність – позичальник має виплатити кредитору відсоток за користування взятою в борг вартістю.
4. Цільове призначення позики – позичальник визначає ціль, на яку будуть позичені кошти. Ціль, на яку береться борг, має бути узгоджена з другою стороною кредитних відносин.
5. Забезпеченість – у позичальника мають бути способи, завдяки яким він може гарантувати повернення позики. Як забезпечення може виступати майно, капітал, авторські права тощо [2].

У кредитуванні споживчих потреб населення беруть участь не тільки банки, а й кредитні спілки, ломбарди, підприємства та організації власне тому, що споживчий кредит надає фізичним особам такі переваги:

- можливість отримати речі, на які немає у найближчий час коштів;
- гнучкість кредиту – можливість придбати речі у будь-який час;
- безпечність схоронності коштів під час поїздок, платежів (за рахунок отримання кредитних платіжних карток);
- допомога в покритті непередбачених споживчих витрат (кредит на нагальні потреби) [4].

Слід зазначити, що споживчий кредит має деякі риси, які і відрізняють його від інших видів, а саме [5]:

– споживчий кредит населення отримує не з метою отримання доходу, а з метою задоволення споживчих потреб;

– погашення кредиту здійснюється не через вивільнення особистих коштів, а за рахунок їх нагромадження;

– споживчі кредити мають соціальний характер – утвердження принципів соціальної справедливості та підвищення життєвого рівня;

– споживчі кредитні відносини спрямовані на кінцеве споживання, на відміну від кредитування суб'єктів господарювання на проміжні виробничі цілі.

До недоліків відносяться:

– висока процентна ставка, на випадок можливого ризику неповернення;

– не всі банки надають довгостроковий кредит. При достроковому погашенні позичальник може заплатити штраф;

– банк бере комісію при внесенні щомісячного платежу по кредиту;

– якщо споживчий кредит береться в торговому центрі на певну покупку, то в договір можуть бути включені умови досить дорогого страхування придбання і навіть самого позичальника. Про ці умови позичальник може нічого не знати, поки не підпише договір [6].

Розстрочка надається покупцю у такому порядку: він вносить заставу за товар як початковий внесок, залишок коштів він повинен сплачувати згідно з терміном договору. Сума розбивається на кількість щомісячних платежів, які він вносить у касу або на рахунок банку. Також розстрочку надає безпосередньо магазин, і якщо щомісячний платіж не буде сплачений вчасно, продавець має право вимагати цей товар назад.

Якщо кредит на товар видається не магазином, а кредитною установою, то за недостатності коштів у клієнта співробітники кредитної установи можуть видати йому відсутню суму. У цьому випадку в кредитному договорі вказується термін, на який видається позика, а також відсоток коштів понад кредитної суми, який отримує банк за надання своїх послуг [1].

Якщо щомісячний платіж не надходить до каси банку, то придбаний товар не повертається в магазин, сам банк визначає процедуру сплати боргу і відсотків за кредит, при чому немає різниці, повернуто більше або менше половини суми позики.

Дохід від продажу товарів у кредит відображається за кредитом субрахунку 702 "Дохід від реалізації товарів". Облікова вартість товару відображається за дебетом субрахунку 902 "Собівартість реалізованих товарів". Заборгованість покупця за нарахованими відсотками за кредит відображається за дебетом субрахунків: 373 "Розрахунки за нарахованими доходами", 377 "Розрахунки з іншими дебіторами" або на 361 "Розрахунки з вітчизняними покупцями" [7].

Різниця між кредитом і розстрочкою полягає в тому, що розстрочка при купівлі того чи іншого товару надається безпосередньо продавцем, а кредит – тільки співробітником банку та тільки за договором фізичних осіб. Розстрочка не містить пункту щодо сплати процентів, кредит – не тільки передбачає сплату відсотків за користування коштами, але й у випадку несплати щомісячного внеску ніколи не забирає придбаний товар, а намагається повернути кошти, видані в кредит через суд , або іншими мирними шляхами.

На користь кредиту говорить більш висока сума та доволі тривалий термін погашення. На користь розстрочки свідчить більш низька відсоткова ставка і доволі мінімальна кількість документів для оформлення.

Повна вартість товару і детальне вивчення вищесказаних параметрів дозволить зробити правильний вибір між розстрочкою та кредитом.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Пасенко Н. С.

Література: 1. Райзберг Б. А. Современный экономический словарь / Б. А. Райзберг, Л. Ш. Лозовский, Е. Б. Стародубцева. – М. : ИНФРА-М, 1999. – 479 с. **2.** Романенко О. Р. Фінанси : навч.-метод. посіб. / О. Р. Романенко, С. Я. Огородник, М. С. Зязюн, А. А. Славкова. – Київ : КНЕУ, 2003. – 387 с. **3.** Вікіпедія – вільна енциклопедія [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://uk.wikipedia.org/wiki. **4.** Коцовська Р. Р. Банківські операції : навч. посіб. / Р. Р. Коцовська, О. П. Павлишин, Л. М. Хміль. – Київ : УБС НБУ ; Знання, 2010. – 390 с. **5.** Навчальні матеріали онлайн [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://pidruchniki.com. **6.** Колодізєв О. М. Гроші і кредит : підручник / О. М. Колодізєв, В. Ф. Колесніченко. – Київ : Знання, 2010. – 615 с. **7.** Маляревський Ю. Д. Облік у галузях виробництва та послуг : навч. посіб. / Ю. Д. Маляревський, Н. С. Пасенко, М. С. Горяєва. –Харків : Вид-во ХНЕУ, 2012. – 400 с.

ОТЧЕТ О ФИНАНСОВЫХ РЕЗУЛЬТАТАХ: СРАВНИТЕЛЬНАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА НП(С)БУ И МСФО

УДК 657

Гаврашенко О. В.
Александрова А. И.

Студенты 3 курса
факультета учета и аудиту ХНЭУ им. С. Кузнеца

Аннотация. *Описана методика определения финансовых результатов украинских предприятий, рассмотрена форма финансовой отчетности, дана краткая характеристика разделов «Отчета о совокупной прибыли / убытке». Описаны принципы отражения финансовых результатов по НП(С)БУ и МСФО, дана их сравнительная характеристика.*

Ключевые слова: *финансовые результаты, финансовая отчетность, МСФО, прибыль / убыток, прочая совокупная прибыль.*

Анотація. *Описано методику визначення фінансових результатів українських підприємств, розглянуто форму фінансової звітності, дано коротку характеристику розділів "Звіту про сукупний прибуток / збиток". Описано принципи віддзеркалення фінансових результатів по НП(С)БО і МСФЗ, дано їх порівняльну характеристику.*

Ключові слова: *фінансові результати, фінансова звітність, МСФО, прибуток / збиток, інший сукупний прибуток.*

Annotation. *The method of determination of financial results of the Ukrainian enterprises is described in the article, the form of the financial reporting is considered, short-story description of sections of "Report is given on the combined income/loss". Principles of reflection of financial results are described on NP(Ñ) BU and MSFO, their comparative description is given.*

Keywords: *financial results, financial reporting, MSFO, income / loss, other combined income.*

Показателями, которые характеризуют финансово-хозяйственную деятельность, являются прибыль, убыток или нулевой результат. Их определение базируется на сравнении доходов и расходов деятельности в процессе формирования финансового результата. Поэтому вопросы учета и отражения в отчетности информации о финансовых результатах являются важным направлением исследований.

Цель работы состоит в исследовании теоретических и практических аспектов формирования финансового результата согласно НП(С)БУ и МСФО, анализе проблемы отечественных предприятий при переходе на применение Международных стандартов финансовой отчетности.

Исследованием порядка формирования финансового результата занимались такие авторы: Голов С., Гуцаленко Л., Есманова Л., Кузнецова С., Левицкая О., Олийничук О., Параскевич Л., Райковская О., Ярмоленко В. и др.

Методика определения финансовых результатов украинских предприятий основывается на сравнении доходов и расходов всех видов обычной деятельности. При этом формирование результата финансово-хозяйственной деятельности проводится по двум направлениям:

1) на счете 79 «Финансовые результаты» – списанием соответствующих доходов и расходов и определением нераспределенной прибыли / непокрытого убытка;

2) формирование чистой прибыли / убытка по методике, определенной НП(С)БУ 1 «Общие требования к финансовой отчетности» [1].

Каждое из указанных направлений используется на предприятии: первое – ежемесячно (когда закрываются счета доходов и расходов) и отражается в регистрах учета, второе – при составлении финансовой отчетности.

Предприятия Украины формируют финансовую отчетность в соответствии с Законом Украины «О бухгалтерском учете и финансовой отчетности в Украине» и Национальным положением (стандартом) бухгалтерского учета 1 «Общие требования к финансовой отчетности» (далее НП(С)БУ 1). Однако есть предприятия (ПАО, банки, страховщики и предприятия, предоставляющие финансовые услуги, кроме страхования и пенсионного обеспечения, проводят вспомогательную деятельность в сферах финансовых услуг и страхования), которые согласно законодательству должны составлять и представлять финансовую отчетность в соответствии с Международными стандартами финансовой отчетности (далее МСФО) [2].

Формой финансовой отчетности, которая отражает доходы, расходы и финансовые результаты, является Отчет о совокупной прибыли за период. Согласно п. 81 МСФО 1 «Представление финансовой отчетности» предприятие должно подавать все статьи доходов и расходов, признанные за период:

© Гаврашенко О. В. Александрова А. И., 2015

а) в одном отчете о совокупном доходе или;

б) в двух отчетах: отчете, отражающем компоненты прибыли или убытка (отдельный отчет о прибылях и убытках), и во втором отчете, начинающемся с прибыли или убытка и отражающем компоненты прочей совокупной прибыли (отчет о совокупной прибыли) [2].

То есть в настоящее время украинские предприятия, которые формируют финансовую отчетность по НП(С)БУ, составляют форму № 2 «Отчет о финансовых результатах (Отчет о совокупном доходе)», отвечающую условиям Отчета о прибылях и убытках [3]. Согласно п. 99 МСФО 1 «Представление финансовой отчетности» предприятие должно подавать анализ расходов, признанных в составе прибыли или убытка, с применением классификации, основанной на характере затрат или на их функции в субъекте хозяйствования, в зависимости от того, какой из подходов обеспечивает обоснованную и более уместную информацию. Метод «функции затрат» или «себестоимости реализации» предусматривает классификацию расходов в соответствии с их функциями: затрат на сбыт или административную деятельность. Метод «характер расходов» объединяет расходы в прибыли / убытке по их характеру (амортизация, приобретение материалов, транспортные расходы, вознаграждение работникам).

Таким образом, результат деятельности предприятия является прибылью или убытком, что является частью общей совокупной прибыли согласно п. 7 МСФО 1 «Представление финансовой отчетности». Определенные данным пунктом компоненты прочей совокупной прибыли в соответствии с НП(С)БУ отражаются в примечаниях к финансовой отчетности.

Рассматривая методику заполнения формы № 2 «Отчет о финансовых результатах (Отчет о совокупном доходе)» согласно НП(С)БУ 1 «Общие требования к финансовой отчетности» и сравнивая ее с МСФО 1 «Представление финансовой отчетности», можно отметить следующее: этот Отчет состоит из четырех разделов:

I. Отчет о прибылях или убытках;

II. Отчет о прочей совокупной прибыли;

III. Элементы операционных расходов;

IV. Расчет показателей прибыльности акций [4].

В первом разделе отражен состав прибыли или убытка по результатам осуществления обычной деятельности предприятия. Как промежуточные результаты целесообразно определять результат основной деятельности (определяется как алгебраическая сумма валовой прибыли / убытка и расходов на сбыт). Результат обычной деятельности до налогообложения определяется суммой результата основной деятельности прочих доходов и расходов обычной деятельности. Чистая прибыль или убыток – суммой результата обычной деятельности до налогообожения, налога на прибыль, прибыли от прекращенной деятельности.

Отчет о прочей совокупной прибыли включает статьи дохода и расхода (в том числе корректировки в отношении реклассификации), которые не признаны в составе прибыли или убытка, как того требуют или допускают другие МСФО. Компоненты прочей совокупной прибыли представлены в табл. 1.

Третий раздел посвящен расшифровкам операционных расходов по экономическим элементам. Для заполнения этого раздела нужно обеспечить аналитический учет операционных расходов или применять в учете расходов счета класса 8 (“Затраты по элементам”) и счета класса 9 (“Затраты деятельности”) одновременно.

Таблица 1

Компоненты прочей совокупной прибыли

Компоненты:	Положения МСФО
изменения прироста стоимости от переоценки	МСФО 16 «Основные средства» и МСФО 38 «Нематериальные активы»
актуарные прибыли и убытки от пенсионных планов с установленными выплатами	МСФО 19 «Вознаграждения работникам»
прибыли и убытки, возникающие от перевода финансовой отчетности иностранного подразделения	МСФО 21 «Влияние изменений обменных курсов валют»
прибыли и убытки при повторном измерении финансовых активов, имеющихся в наличии для продажи	МСФО 39 «Финансовые инструменты: признание и измерение»
эффективную часть прибылей и убытков от инструментов хеджирования при хеджировании денежных потоков	МСФО 39 «Финансовые инструменты: признание и оценка»

Первые три раздела заполняют все предприятия, раздел IV — акционерные общества, простые акции или потенциальные простые акции, которые открыто продаются и покупаются на фондовых биржах, включая общества, находящиеся в процессе выпуска таких акций.

Формирование чистой прибыли / убытка первого раздела отчета отображается на счетах бухгалтерского учета в рамках учета доходов (класс 7 «Доходы и результаты деятельности») и расходов (класс 9 «Расходы деятельности») и финансовых результатов счет 79 «Финансовые результаты» [5].

Существуют и другие предложения. Так, Голов С. Ф. отмечает, что для предприятий, которые составляют отчетность по международным стандартам, выбор счетов и субсчетов для учета доходов и расходов будет зависеть от избранного предприятием формата отчета о прибылях и убытках. При классификации расходов по функциям предприятие может без осложнений составить отчет о прибылях и убытках по МСФО на основе счетов классов 7 и 9 действующего плана счетов. В случае отражения всех доходов и расходов в одном отчете о совокупной прибыли к счету 79 «Финансовые результаты» можно открыть субсчета: «Прибыль (убыток) за период» и «Другая совокупная прибыли (убытки)». На последнем субсчете можно транзитом отображать все доходы и расходы, признанные в составе собственного капитала [1].

Таким образом, формирование результатов деятельности предприятия в разрезе чистой прибыли / убытка и прочей совокупной прибыли обеспечивает сочетание и приближение сути финансовых результатов в соответствии с экономическим и бухгалтерским подходом. То есть пользователи будут иметь информацию не только о доходах и расходах деятельности предприятия и определенную чистую прибыль/убыток, но и об изменениях в собственном капитале предприятия, в результате хозяйственных операций, которые обеспечивают получение прибыли.

Научный руководитель – канд. экон. наук, доцент Фартушняк О. В.

Литература: 1. Голов С. МСФО в Украине: путем проб и ошибок / С. Голов // Бухгалтерский учет и аудит. – 2012. – № 3. – С. 3–12. **2.** Международные стандарты финансовой отчетности [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://www.minfin.gov.ua/control/publish/article/main?art_id=92410&cat_id=92408. **3.** Новый нацстандарт бухучета: Отчет о финансовых результатах [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://buhgalter.com.ua / articles/details/485648. **4.** Национальное положение (стандарт) бухгалтерского учета 1 «Общие требования к финансовой отчетности» [Электронный ресурс] : Наказ Министерства финансов Украины от 07.02.2013 № 73. – Режим доступа : http://www.nibu.factor.ua/info/instrbuh/npsbu1. **5.** Положения (стандарты) бухгалтерского учета [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://www.accounting-ukraine.kiev.ua/standart.

ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ МОДЕРНИЗАЦИИ УЧЕТА БЮДЖЕТНЫХ УЧРЕЖДЕНИЙ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

УДК 657.1.012.1

Гаврашенко О. В.

Студент 3 курса
факультета учета и аудита ХНЭУ им. С. Кузнеца

Аннотация. *Рассмотрены основные направления усовершенствования и модернизации бухгалтерского учета в бюджетных учреждениях Украины с целью обеспечения абсолютной открытости и прозрачности ведения учета. Определены четкие и понятны правила и единственные методологические принципы перехода на национальные стандарты бухгалтерского учета в государственном секторе.*

Ключевые слова: *государственный сектор, бюджетные учреждения, международные стандарты, национальные стандарты, стандартизация, модернизация, стратегия, унификация.*

Анотація. *Розглянуто основні напрямки удосконалення та модернізації бухгалтерського обліку в бюджетних установах України з метою забезпечення абсолютної відкритості та прозорості ведення обліку. Визначено чіткі та зрозумілі правила та єдині методологічні засади переходу на національні стандарти бухгалтерського обліку в державному секторі.*

Ключові слова: *державний сектор, бюджетні установи, міжнародні стандарти, національні стандарти, стандартизація, модернізація, стратегія, уніфікація.*

© Гаврашенко О. В., 2015

Annotation. *Basic directions of improvement and modernization of record-keeping are considered in budgetary establishments of Ukraine with the purpose of providing of absolute openness and transparency of conduct of account. The clear are certain and rules and unique methodological principles of passing to the national standards of record-keeping are clear in a state sector.*

Keywords: *state sector, budgetary establishments, international standards, national standards, modernization, strategy, standardization.*

Интеграция Украины открыла перед национальной экономикой широкие возможности развития отношений с зарубежными партнерами и вызвала необходимость реформирования действующей системы бухгалтерского учета в бюджетной сфере.

В современных условиях экономической деятельности развитие международных связей, стандартизация всех сфер деятельности национальной экономики, глобализация приводят к необходимости совершенствования законодательства в соответствии с международными нормами.

Не является исключением и сфера бухгалтерского учета в бюджетных учреждениях. Финансовый кризис последних лет негативно отразился на экономической ситуации в Украине, стал причиной возникновения многих негативных явлений. В это время ослабли функции государственного контроля за сохранением государственной собственности.

Поэтому возникла необходимость совершенствования и модернизации системы учета в государственном секторе, а именно: практически усовершенствовать систему учета, теоретически пересмотреть и учесть появление новых объектов учета, усовершенствовать системы управления бюджетными учреждениями, а именно: внедрить НП(С)БУГС (Национальные Положения (стандарты) бюджетного учета в Государственном секторе), совершенствование финансовой отчетности, плана счетов и новых изменений в бюджетную классификацию расходов.

В последнее время отечественные ученые активно проводят исследования возможностей совершенствования учета в бюджетной сфере. Вопрос модернизации бухгалтерского учета в государственном секторе освещены в работах П. И. Атамас, Ф. Ф. Садовского, Р. Т. Джоги, Е. В. Калюга, Л. М. Апр, А. Н. Клименко, С. А. Левицкой, Н. А Марценяк и др. Однако отечественный бухгалтерский учет в бюджетной сфере не является идеальным и требует реформирования, обуславливает актуальность вопроса и указывает на необходимость дальнейших исследований.

Целью исследования является обоснование основных направлений совершенствования и модернизации бухгалтерского учета в бюджетных учреждениях.

Бюджетное учреждение – орган, учреждение или организация, определенная Конституцией Украины, а также учреждение или организация, созданная в установленном порядке органами государственной власти или органами местного самоуправления, которая полностью содержится за счет соответственно государственного бюджета или местных бюджетов.

Бюджетные учреждения являются неприбыльными организациями и функционируют на правах государственной собственности.

Бюджетные учреждения и организации имеют целью предоставлять нематериальные услуги для удовлетворения потребностей населения, а не получать прибыль [1].

Основной задачей учета в процессе финансово-хозяйственной деятельности бюджетного учреждения является обеспечение своевременного, точного, полного отражения всех хозяйственных операций в бухгалтерских документах и использование выделенных средств из бюджетов разных уровней по целевому назначению.

Бухгалтерский учет в бюджетных учреждениях имеет свои специфические особенности: организация учета в разрезе статей бюджетной классификации; отдельный учет полученных ассигнований из бюджетов различных уровней и собственных поступлений; распределение учета расходов по источнику покрытия; отдельный учет кассовых и фактических расходов; контроль исполнения сметы расходов; строгое соответствие учета и отчетности требованиям нормативных документов; отраслевую специфику учета в учреждениях культуры, науки, образования, управления; отсутствие предварительной оплаты за товары, услуги, выполненные работы.

В бюджетной сфере процессы реформирования бухгалтерского учета и финансовой отчетности происходят очень медленными темпами.

В течение последних лет в бюджетной сфере произошли значительные преобразования: изменилось бюджетное законодательство; внедрено казначейское обслуживание бюджетных средств и учет обязательств распорядителей средств в системе органов казначейства; создана централизованная модель управления государственными ресурсами через единый казначейский счет.

Целью модернизации учета в государственном секторе является адаптация его к современным требованиям международной практики, устранение существующих проблем, совершенствования нормативно-правовой базы, регламентирующей учет.

В Украине Стратегия модернизации учета законодательно закреплена Постановлением Кабинета Министров Украины «Об утверждении стратегии модернизации системы бухгалтерского учета в государственном секторе на 2007–2015 годы» от 16.01.2007 № 34 [2].

Эта Стратегия содержит основные направления и положения реформирования учета в соответствии с современными требованиями и, прежде всего, предполагает адаптацию законодательства по вопросам бухгалтерского учета и отчетности деятельности государственного сектора с Международными стандартами бухгалтерского.

Согласно принятой Стратегии определены основные направления модернизации учета:

1) совершенствование системы бухгалтерского учета;

2) совершенствование системы финансовой отчетности и отчетности о выполнении бюджетов;

3) создание унифицированной организационной и информационной учетной системы;

4) создание института государственных бухгалтеров.

Одним из ключевых направлений Стратегии было усовершенствование системы бухгалтерского учета путем разработки национальных положений (стандартов) бухгалтерского учета в государственном секторе.

Разработка положений (стандартов) бухгалтерского учета в бюджетных учреждениях возложена на Государственную казначейскую службу Украины и Министерство финансов Украины.

Стратегией модернизации учета было запланировано принятие 24 Национальных положений (стандартов) бухгалтерского учета для государственного сектора.

На данный момент разработаны и утверждены только 19 Национальных положений (стандартов) бухгалтерского учета для государственного сектора, из которых 4 регулируют вопросы финансовой отчетности, а остальные 15 – вопросы бухгалтерского учета [3].

Введение принятых стандартов в действие перенесено из 2013 года на 2015 год.

В процессе реформирования бухгалтерского учета особое внимание уделяется также вопросу создания и внедрения единого плана счетов бухгалтерского учета в бюджетных учреждениях.

В государственном секторе используют два плана счетов:

1. План счетов бухгалтерского учета для выполнения государственного и местных бюджетов, основанный на кассовом методе учета, предусмотренном Бюджетным кодексом, и используется Государственным казначейством Украины;

2. План счетов бухгалтерского учета бюджетных учреждений, который исторически основывается на методе полного учета на основе принципа начисления и применяется всеми распорядителями бюджетных средств.

Единственный план счетов должен быть гармонизирован с бюджетной классификацией, строиться на методе начисления и обеспечивать формирование национальных счетов. Применение единого плана счетов в государственном секторе обеспечит открытость учетных процессов, прозрачную консолидацию информации.

Приказом Минфина Украины от 26.06.2013 № 611 «Об утверждении некоторых нормативно-правовых актов по бухгалтерскому учету бюджетных учреждений» [2] был принят план счетов и разработаны типовые корреспонденции счетов бухгалтерского учета для отражения основных операций бюджетных учреждений, фондов общеобязательного государственного социального и пенсионного страхования и операций по выполнению государственного и местных бюджетов.

План счетов бюджетного учреждения претерпел существенные изменения. Так, вместо 8 классов, согласно приказу, внедрено 9 классов счетов.

Новый план счетов имеет следующий вид: 1 класс – Необоротные активы; 2 класс – Запасы; 3 класс – Средства, расчеты и другие активы; 4 класс – Собственный капитал; 5 класс – Долгосрочные обязательства; 6 класс – Текущие обязательства; 7 класс – Доходы; 8 класс – Расходы; 9 класс – Административные услуги. Но они не гармонизируют с КЭКР.

Второе направление предусматривает усовершенствование методологии составления форм отчетности и их совершенствование, внедрение новых форм финансовой и бюджетной отчетности и отчетности об исполнении бюджетов; совершенствование методов составления финансовой отчетности, отчетности об исполнении бюджетов с использованием современных информационных технологий.

Третье направление предлагает адаптировать бюджетную систему, которая создана на основе программно-целевого метода в новых методологических принципах системы бухгалтерского учета, модернизировать финансово-бухгалтерские службы, усилить контроль со стороны органов Государственного казначейства за соблюдением единых правил ведения бухгалтерского учета и составления отчетности.

Таким образом, после проведения исследования можно сделать вывод, что для модернизации системы учета в государственном секторе необходимо формирование единой нормативно-правовой базы, адаптированной к международным нормам и требованиям, усовершенствование методологии учета и составления отчетности, вве-

дение информационных технологий. Вышеуказанные направления совершенствования учета в бюджетных учреждениях позволят обеспечить реальность плановых показателей бюджета и их выполнение, определить основные направления бюджетного финансирования, обеспечить эффективное использование финансовых ресурсов и сохранение средств общего и специального фондов.

Научный руководитель – канд. экон. наук, доцент Кудина О. Н.

Литература: 1. Бухгалтерський облік у бюджетних установах : навч.-метод. зб. / Л. О. Жукова, Т. О. Казимір, О. О. Котляр // Чернігівський центр перепідготовки та підвищення кваліфікації працівників органів державної влади, органів місцевого самоврядування, державних підрозділів, установ і організацій. – Чернігів. – ЦППК, 2010. – 119 с. **2.** Про затвердження стратегії модернізації системи бухгалтерського обліку в державному секторі на 2007–2015 роки [Електронний ресурс] : Постанова Кабінету Міністрів України від 16.01.2007 № 34. – Режим доступу : http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/34-2007-%D0%BF **3.** Сушко Н. Перспективи запровадження національних положень (стандартів) бухгалтерського обліку в держсекторі / Н. Сушко // Баланс-бюджет. – 2012. – № 4. – С. 2–4. **4.** Про затвердження деяких нормативно-правових актів з бухгалтерського обліку бюджетних установ [Електронний ресурс] : Наказ Міністерства фінансів України від 26.06.2013 № 611. – Режим доступу : http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/z1214-13.

СОБСТВЕННАЯ ТОРГОВАЯ МАРКА КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ТОРГОВЫХ РОЗНИЧНЫХ СЕТЕЙ

УДК 658.8.011.1

Гаврашенко О. В.

Студент 3 курса
факультета учета и аудита ХНЭУ им. С. Кузнеца

Аннотация. *Рассмотрены особенность и роль собственной торговой марки торговой сети, ее влияние на конкурентоспособность товара. Выделены товарные категории и классификация СТМ, а также рассмотрен пример алгоритма ввода собственной торговой марки.*

Ключевые слова: *конкурентоспособность, собственная торговая марка, розничная торговля, стратегия.*

Анотація. *Розглянуто особливість і роль власної торговельної марки торговельної мережі, її вплив на конкурентоспроможність товару. Виділено товарні категорії і класифікація ВТМ, а також розглянутий приклад алгоритму введення власної торговельної марки.*

Ключові слова: *конкурентоспроможність, власна торговельна марка, роздрібна торгівля, стратегія.*

Annotation. *In the article a feature and role of own trade mark of point-of-sale network, its influence, is examined on the competitiveness of commodity. Commodity categories and classification of STM are selected, and also the example of algorithm of input of own trade mark is considered.*

Keywords: *competitiveness, own trade mark, retail business, strategy.*

На сегодняшний день развитие собственных торговых марок в структурах сетевого ритейла становится одним из ключевых факторов конкурентоспособности компании на рынке, так как позволяет наиболее точно удовлетворять спрос потребителей и адаптироваться к быстроменяющейся рыночной конъюнктуре.

Целью статьи является изучение влияния торговой марки на конкурентоспособность торговых розничных сетей.

© Гаврашенко О. В., 2015

Предметом статьи является исследования влияния торговой марки на конкурентоспособность. Объект – торговая марка.

Этим вопросом интересовались такие ученые, как Голубков Е., Карлофф Б., Томпсон А., Стриклен А..

Вначале рассмотрим, что представляет собой понятие «торговая марка».

Е. П. Голубков вводит понятие «марка», разделяя ее на составляющие: «Марка – это название, термин, знак, символ, рисунок или их комбинация, предназначенные для того, чтобы идентифицировать его от продукта конкурентов. Марка включает в свой состав марочное имя, марочный знак и товарный знак. Марочное имя представляет собой часть марки в виде букв, слов и их комбинаций, которые могут быть произнесены. Марочный знак – часть марки, которая является узнаваемой, но не произносимой. Он представляет собой символ, рисунок, отличительный цвет или шрифтовое оформление. Под товарным знаком понимается марка или ее часть, защищенные юридически» [1, с. 238].

Б. Карлофф указывает, что «Торговая марка представляет собой не что иное, как заместитель большего объема информации и способ более простого и эффективного обращения с ней. Посредством ассоциации с товаром или услугой она сообщает потребительную информацию о товаре, будь то качество, надежность, мастерство изготовления, стиль, статус или потребительская ценность» [2, с. 73].

А. А. Томпсон и А. Дж. Стриклен определяют торговую марку как составную часть сбытовой политики организации [3].

Таким образом, при всех определенных внешних различиях приведенные определения подчеркивают одно обстоятельство – торговая марка выделяет определенный товар на рынке среди аналогичных конкурентов, акцентируя внимание на его наиболее характерные отличительные особенности. Потребитель, оценивая качество товара, в значительной степени судит по образу и впечатлению, которое предприятие-производитель у него вызывает.

Предпосылкой возникновения собственной торговой марки стало то, что обороты розничных сетей и товаропроизводителей практически сравнялись. Соответственно, это и послужило тому, что торгово-розничные сети стали создавать собственные торговые марки.

В настоящее время процесс создания собственных торговых марок находится на качественно новом уровне: дешевый аналог брендового товара с разницей лишь только в названии на сегодняшний день ушел на второй план. Раньше владельцы торговых сетей заказывали у производителей продукцию низкого сегмента. Сейчас же продукция выпускается в среднем и премиум-сегментах.

Выделяют товарные категории, в рамках которых развитие собственных торговых марок – наиболее стратегически верный выбор. К ним относятся так называемые «брендонезависимые» товарные категории с низкой лояльностью к брендам и тенденцией быстрого переключения с марки одного производителя на другую, опираясь на товарные характеристики, а не на имидж марки; товарные категории длительного хранения; категории с необходимым дорогостоящим рекламным бюджетом; категории с меньшей возможностью столкновения с некачественными товарами, такие, где качество можно легко оценить с помощью неких объективных критериев.

Преимущества и недостатки применения собственных торговых марок для розничных сетей выглядят следующим образом:

1. Эксклюзивность собственных торговых марок содействует росту количества лояльных покупателей. Тем самым торговые сети получают право разделять свои магазины от магазинов своих конкурентов.

2. Собственные торговые марки увеличивают товарооборот компании. Наиболее популярные торговые марки привлекают покупателей, тем самым они гораздо чаще заходят в магазин. Не считая собственных торговых марок, покупатели приобретают и другие выставленные на прилавках товары магазина. Тем самым собственные торговые марки зачастую побуждают покупателей совершать импульсные покупки.

3. При продаже товаров под собственной торговой маркой розничная сеть более свободна в выборе маркетинговых инструментов. Создавая собственные торговые марки, торговые компании получают значительный контроль над производством, ценообразованием, качеством товара и распределением.

Несмотря на обозначенные преимущества собственных торговых марок, их продвижение предполагает определенные риски. Ритейлеру необходимо бороться со стереотипами, сложившимися в сознании покупателей по отношению к товарам под собственными торговыми марками. Так, например, покупатели могут не воспринимать такую продукцию, думая, что она создавалась в небольшом подсобном хозяйстве или в цехе с сомнительным качеством. Также попытка угасающего бренда, имеющего небольшой потребительский спрос, поддерживать свое производство за счет сотрудничества с торговой сетью, работая под ее именем.

В научной литературе отсутствует общеустановленная классификация собственных торговых марок в сфере розничной торговли. Одним из критериев являются осуществление функций, которые подразделяются на эконом-класса и имиджевые, которые, в свою очередь, подразделяются на инновационные и статусные. Данная классификация представлена на рис. 1 [4, с. 425].

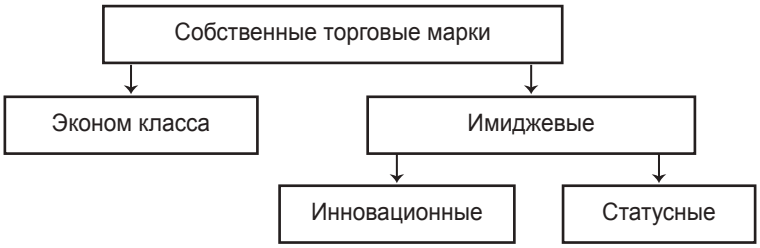


Рис. 1. **Разновидности собственных торговых марок**

Собственные марки эконом-класса предназначены на удовлетворения потребностей покупателей, основным фактором для которых является цена, с преобладанием рациональных мотивов покупки. Основная выгода для данных потребителей – экономия денег при покупке более дешевого аналога товара необходимого качества.

Имиджевые собственные торговые марки необходимо разделить на инновационные и статусные (высококачественные дорогие марки, предназначенные на средний сегмент и сегмент класса premium). Целью данных марок является усиление благоприятного имиджа компании за счет престижности товара по определенным свойствам.

Инновационные собственные марки предназначены для того, чтобы удовлетворить спрос покупателей, имеющих стремление разнообразить свои покупки. Они увеличивают ассортимент товаров в магазине и являются нишевыми решениями для покупателей. К данным маркам наибольший интерес проявляют покупатели-новаторы, которые прежде всего интересуются новинками.

В свою очередь, статусные собственные торговые марки являются более качественными и более дорогими. Именно доля этих марок за последние десять лет значительно увеличилась на рынке, т.к. сегменты премиум-класса и большая часть среднего класса наиболее заинтересованы в высоком качестве продукта [5].

Позитивный опыт создания и продвижения собственной торговой марки имеют многие компании. Продвижение бренда укрепляет позиции организации на рынке. Ряд исследований, таких как IGD, показал, что покупатели придают особое значение наличию бренда при покупке того или иного товара. Пример алгоритма ввода собственной марки представлен ниже:

1. Предложение от категорийного менеджера по вводу собственной торговой марки;

2. Согласование ввода собственной торговой марки по инициативе категорийного менеджера;

3. Тайминг ввода в ассортимент позиции собственных торговых марок;

4. Сроки ввода позиции собственных торговых марок определены.

Также разрабатывается четкий бизнес-процесс планового анализа собственной торговой марки. Назначение данного бизнес-процесса включает в себя следующие моменты:

1. Уникальный сегмент – выпуск продуктов собственных торговых марок с характеристиками, востребованными покупателем и выгодно выделяющими магазины среди остальных продуктов. Основным критерием успешности является рост категории, показатель доходности и % выше среднего по категории;

2. Эффективность – выпуск продуктов собственных торговых марок для замены позиций в слабо брендированных категориях. Ценовой сегмент должен быть аналогичен ценовому сегменту выводимых позиций. Основным критерием успешности является увеличение доходности;

3. Индикатив – выпуск продуктов собственных торговых марок по наименьшей цене в категории.

Основным критерием успешности будет являться увеличение продаж / количества покупок, при этом доходность не должна уменьшаться.

Бизнес-процесс позволяет оценить эффективность использования в продажах собственных торговых марок, выявить положительные и отрицательные стороны имеющейся торговой марки, а также завершить нерентабельные проекты.

Исследовав эту тему, можно сделать вывод, что создание и продвижение собственных торговых марок является достаточно перспективным направлением бизнеса для компаний сетевого ритейла, так как правильно подобранная торговая марка может значительно увеличить объем продаж, что влечет за собой рост прибыли для предприятия.

Научный руководитель – преподаватель Кузнецов О. В.

Литература: 1. Голубков Е. П. Основы маркетинга / Е. П. Голубков. – М. : Финпресс, 2013. – 688 с. **2.** Карлофф Б. Деловая стратегия / Б. Карлофф. – М. : Экономика, 2010. – 239 с. **3.** Томпсон. А. А. Стратегический менеджмент. Концепции и ситуации / А. А. Томпсон, А. Дж. Стрикленд. – М. : Инфра-М, 2012. – 412 с. **4.** Баркан Д. И. Управление продажами / Д. И. Баркан.– СПб.: ИД С.-Петерб. гос. ун-та, 2012 – 908 с. **5.** Кузнецова Л. В. Анализ тенденций развития сегмента частных марок в розничных сетях / Л. В. Кузнецова // Маркетинг и маркетинговые исследования. – 2012. – № 3. – С. 250–255.

ПІДХОДИ ЩОДО ВИЗНАЧЕННЯ ПОНЯТТЯ «ДЕБІТОРСЬКА ЗАБОРГОВАНІСТЬ»

УДК 657.212

Галущак А. В.

Студент 4 курсу
факультету обліку і аудиту ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Досліджено сутність дебіторської заборгованості. Наведено загальні вимоги, у разі дотримання яких заборгованість відображається в Балансі. Визначено складові, пояснення яких робить поняття дебіторської заборгованості зрозумілішим. Запропоновано власне тлумачення цього поняття.*

Ключові слова: *дебіторська заборгованість, дебітори, зобов'язання, борг.*

Аннотация. *Исследована сущность дебиторской задолженности. Приведены общие требования, при соблюдении которых задолженность отражается в Балансе. Определены составляющие, объяснение которых делает понятие дебиторской задолженности понятным. Предложено собственное толкование данного понятия.*

Ключевые слова: *дебиторская задолженность, дебиторы, обязательства, долг.*

Annotation. *The paper studies the essence of receivables. Provides general requirements under which the debt is recognized in the balance sheet. The components, the explanation of which makes the concept of receivables clear. Suggest my own interpretation of this concept.*

Keywords: *accounts receivable, debtors, liabilities, debt.*

В умовах економічної кризи часто виникають ситуації, коли підприємство не може стягнути борги зі своїх контрагентів. Їх неплатоспроможність, у свою чергу, впливає на формування дебіторської заборгованості, значні розміри якої знижують інвестиційну привабливість підприємства, виникає недостача грошових коштів для ефективного функціонування суб'єкта господарювання. Виникнення дебіторської заборгованості в певних межах є нормальною ознакою діяльності підприємства, але не в тих випадках, коли відбувається її безконтрольне зростання і систематичне несвоєчасне погашення.

Тому належна організація дебіторської заборгованості сприяє ефективному управлінню її розмірами та термінами на підприємстві. При управлінні дебіторською заборгованістю важливим та першочерговим етапом є дослідження самої сутності такого поняття, виявлення його особливостей із метою використання набутих знань під час прийняття управлінських рішень. Цим і обумовлена актуальність цієї роботи.

Дослідженню цієї проблеми присвятили свої роботи вітчизняні та зарубіжні вчені, такі як С. В. Дубровська, О. Г. Лищенко, Т. Момот, Д. Стоун та К. Хітчинг та Зві Боді, Роберт К. Мертон.

Метою дослідження є уточнення визначення поняття «дебіторська заборгованість» із метою подальшого використання під час управління дебіторською заборгованістю.

© Галущак А. В., 2015

Дебіторська заборгованість, як і інші активи підприємства, відображається у Балансі тільки у разі дотримання загальних вимог, що пред'являються до активів національними стандартами, а саме:

– може бути достовірно визначена грошова оцінка цієї дебіторської заборгованості;

– у майбутньому очікується одержання від неї економічних вигод, тобто одержання грошових коштів, товарів, інших активів [1].

Теоретичним підґрунтям для розгляду сутності поняття «дебіторська заборгованість» є розкриття сутності таких категорій, як: «борг», «заборгованість», «дебітор», «розрахунки».

Поняття боргу економічний словник трактує як грошову суму, взяту в позичку на певний термін і на певних умовах [2].

Автори фінансового словника А. Г. Загородній, Г. Л. Вознюк, Т. С. Смовженко [3] дають визначення заборгованості як суми фінансових зобов'язань чи грошового боргу, що підлягає погашенню. Бачимо, що поняття заборгованості ширше і включає в себе зобов'язання (борг).

Іншим ключовим поняттям, яке розкриває сутність дебіторської заборгованості, є «дебітор». Згідно з П(С)БО 10 «Дебіторська заборгованість» дебітори – це юридичні та фізичні особи, які внаслідок минулих подій заборгували підприємству певні суми грошових коштів, їх еквівалентів або інших активів [1].

Під час визначення терміна «розрахунки» виникають розбіжності, які можна виділити у три основні позиції. Відповідно до першої з них розрахунки – це система взаємовідносин. Прихильники другої позиції вважають розрахунки безпосередньо взаємовідносинами (без використання слова «система»). Третя група вчених лише пояснює економічну сутність розрахунків без наведення їх визначення [2].

Слід зазначити, що закордонні та вітчизняні вчені визначають термін «дебіторська заборгованість» порізному.

Так, у НП(С)БО дебіторська заборгованість – це суми заборгованості дебіторів підприємству на певну дату [1].

Цікавий підхід до тлумачення дебіторської заборгованості у закордонних авторів. Так, accounts receivable (англ.) поряд із дебіторською заборгованістю має такі варіанти перекладу: рахунки до отримання, рахунки дебіторів, дебітор за розрахунками. Зокрема, як зазначають Д. Стоун та К. Хітчинг, дебіторська заборгованість має назву «рахунки до отримання», а дебітори – це особи, які винні гроші за товари і послуги, вже одержані, але не оплачені ними [4].

Професори Гарвардського університету Зві Боді і Роберт К. Мертон визначають дебіторську заборгованість як «рахунки до отримання», зазначаючи, що це та сума, яку покупці продукції мають виплатити корпорації (підприємству) [5].

Що стосується сучасних вітчизняних учених, то Є. В. Дубровська визначає дебіторську заборгованість як неоплачені юридичними та фізичними особами товари (роботи, послуги) та / або вилучені кошти з кругообігу підприємства, що мають документальне підтвердження, яке надає право на отримання боргу у вигляді грошових коштів, їх еквівалентів або інших активів [6].

У працях О. Г. Лищенко дебіторська заборгованість трактується як фінансовий актив, який є контрактним правом отримувати грошові кошти або цінні папери від іншого підприємства [7].

Згідно з визначенням Т. Момота дебіторська заборгованість – безвідсоткова позика контрагентам [8].

За думкою С. Ф. Голова, дебіторська заборгованість – фінансовий актив, що є контрактним правом однієї сторони отримати гроші й узгоджується з відповідним зобов'язанням сплати іншої сторони [9].

Таким чином, результатом проведення цього дослідження є аналіз сутності поняття «дебіторська заборгованість», який дозволив уточнити його зміст як показника фінансового стану підприємства, який являє собою суму заборгованості на користь підприємства на певну дату за наданий комерційний та споживчий кредити покупцям.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Волошан І. Г.

Література: 1. НП(С)БО № 10 «Дебіторська заборгованість» [Електронний ресурс] : Наказ Міністерства фінансів України від 08.10.1999 № 237. – Режим доступу : http://buhgalter911.com/Res/PSBO/PSBO10.aspx **2.** Економічний енциклопедичний словник : у 2 томах / С. В. Мочерний, Я. С. Ларіна, О. А. Устинко та ін. – Львів : Світ, 2005. – Т.1. – 616 с. **3.** Загородній А. Г. Фінансовий словник / А. Г. Загородній, Г. Л. Вознюк, Т. С. Смовженко. – Київ : Знання, 2002. – 566 с. **4.** Стоун Д. Бухгалтерский учет и финансовый анализ / Д. Стоун ; пер. с англ. Ю. А. Огибин. – М. : Сирин, 2005. – 302 с. **5.** Боді Зві. Фінанси : навч. посіб. / Зві Боді, Роберт Мертон. – М. : ВД «Вільямс», 2000. – 592 с. **6.** Дубровська Є. В. Дослідження сутності поняття «Дебіторська заборгованість» / Є. В. Дубровська // Вісник Сумського державного університету. – 2009. – № 2. – С. 202–205. **7.** Лищенко О. Г. Аналіз дебіторської

заборгованості в системі управління підприємством / О. Г. Лищенко, Г. М. Бескота // Держава і регіони. – 2009. – № 1. – С. 114–117. **8.** Момот Т. Управление дебиторской задолженностью предприятия / Т. Момот // Бизнес Информ. – 2003. – № 11–12. – С. 97–99. **9.** Голов С. Ф. Бухгалтерський облік за міжнародними стандартами: приклади та коментарі : практ. посіб. – Київ : Лібра, 2001. – 670 с.

ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ ПОТОЧНИМИ ЗОБОВ'ЯЗАННЯМИ ПІДПРИЄМСТВА НА ОСНОВІ ТАКСОНОМІЧНОГО АНАЛІЗУ

УДК 005.52:658.14/.17

Галущак А. В.

Студент 4 курсу
факультету обліку і аудиту ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Розкрито сутність таксономічного аналізу поточних зобов'язань підприємства. Приведено можливі показники, які можуть впливати на інтегральний показник – поточні зобов'язання. Охарактеризовано значущість упровадження такого виду аналізу на підприємство. Описано переваги використання таксономічного аналізу.*

Ключові слова: *поточні зобов'язання, таксономічний аналіз, інтегральний показник, кредиторська заборгованість.*

Аннотация. *Раскрыта сущность таксономического анализа текущих обязательств предприятия. Приведены возможные показатели, которые могут влиять на интегральный показатель – текущие обязательства. Охарактеризована значимость внедрения такого вида анализа на предприятии. Описаны преимущества использования таксономического анализа.*

Ключевые слова: *текущие обязательства, таксономический анализ, интегральный показатель, кредиторская задолженность.*

Annotation. *The essence of taxonomic analysis of current liabilities of the enterprise. The possible factors that may influence the integral index - current liabilities. Characterized by the importance of the introduction of this type of analysis in the enterprise. The advantages of using taxonomic analysis.*

Keywords: *current liabilities, taxonomical analysis, integrated indicator, payables.*

В умовах фінансової кризи, що утворилась в економіці України, гостро постає питання своєчасності проведення розрахунків між суб'єктами господарської діяльності. Порушення строків погашення зобов'язань призводить до їх накопичення та знецінення грошових коштів для кредиторів. Це негативно впливає на фінансовий стан підприємств. Вирішення зазначеної проблеми можливе за умов ефективного управління поточними зобов'язаннями. Прийняття управлінських рішень потребує негроміздкого та нетривалого аналізу основних показників, які характеризують необхідну частину аналізуючого суб'єкта господарювання. У зв'язку з цим виникає необхідність вдосконалення методики аналізу поточних зобов'язань. Так як більшість методик аналізу потребують достатньо великої кількості інформації та громіздких розрахунків, і на кінець дослідження користувачі інформації отримують багато відокремлених один від одного коефіцієнтів, то за допомогою таксономічного аналізу проведену оцінку стану поточних зобов'язань можна звести лише до однієї цифри. Цим і обумовлена актуальність цієї роботи.

Дослідженню цієї проблеми присвятили свої роботи вітчизняні та зарубіжні вчені, такі як О. С. Бородкін, Ф. Ф. Бутинець, А. М. Герасимович [1], І. О. Власова [2], С. Бєлай [3], Н. В. Сабіна [4].

© Галущак А. В., 2015

Мета дослідження полягає в обгрунтуванні і запровадженні моделі таксономічного аналізу для оцінки ефективності управління поточними зобов'язаннями підприємства.

Сутність таксономічного аналізу полягає у дослідженні об'єктів, які характеризуються великою кількістю ознак. Його використання допомагає вирішити проблеми упорядкування та узагальнення багатомірного статистичного матеріалу у єдину кількісну характеристику. У цьому зв'язку використання таксономічного методу для побудови таксономічного показника оцінки ефективності поточних зобов'язань підприємства надасть можливість узагальнити вплив кожного з визначених показників, отримавши однозначну оцінку, та інтерпретувати її [5].

Коефіцієнт таксономії становить «синтетичну» величину рівномірно діючих усіх ознак, що характеризують підприємство, та дозволяє упорядкувати ці показники, виявити зміни в їх динаміці та «вузькі місця», які мають найбільший вплив на зміну таксономічного показника рівня підприємства [4].

Застосуємо такий вид аналізу для Красноградського комунального підприємства «Водоканал».

Можна виділити такі етапи аналізу:

1 етап – побудова матриці спостережень на основі динаміки значень показників, що характеризують стан поточних зобов'язань підприємства (табл. 1).

Таблиця 1

Матриця спостережень

Показники	2010	2011	2012	2013	Середнє значення показника	Середнє квадратичне відхилення
Коефіцієнт оборотності кредиторської заборгованості	1,93	1,84	1,65	1,7	1,78	0,128
Тривалість обороту кредиторської заборгованості	189	198	221	215	205,75	14,818
Коефіцієнт фінансового ризику	1,484	2,832	4,356	4,534	3,302	1,432
Коефіцієнт фінансової стабільності	0,674	0,353	0,23	0,22	0,369	0,212
Коефіцієнт поточної ліквідності	0,235	0,177	0,167	0,188	0,192	0,03
Вартість власного оборотного капіталу	-2961	-4178	-4367,5	-4139,5	-3911	641,46
Коефіцієнт залежності	0,597	0,74	0,82	0,82	0,743	0,104

Запропоновано, що на формування інтегрального показника оцінки ефективності управління поточними зобов'язаннями впливають:

- абсолютні показники, що характеризують вартість власного оборотного капіталу, тривалість одного обороту кредиторської заборгованості;
- коефіцієнтні показники, що характеризують відношення чистого доходу до суми кредиторської заборгованості, позикового капіталу до власного і навпаки, оборотних активів до зобов'язань, позикового капіталу до валюти балансу.

Вибір цих показників обумовлюється тим, що у сукупності вони дають характеристику поточних зобов'язань підприємства за різними напрямками їх аналізу.

2 етап – формування стандартизованої матриці спостережень (табл. 2). Це обумовлено тим, що елементи матриці спостережень виражаються у специфічних для кожної ознаки одиницях вимірювання: абсолютні показники – у тис. грн. і у днях, коефіцієнтні показники – в одиницях.

3 етап – диференціація ознак матриці на стимулятори та дестимулятори. Основою такого розподілу є характерний вплив кожного з показників на ефективність кінцевого показника, котрі позитивно впливають на загальний рівень управління зобов'язаннями, називають стимуляторами, а ознаки, які знижують даний рівень, – дестимуляторами.

4 етап – побудова вектора-еталона. Для цього із значень ознак матриці необхідно обрати найбільші значення стимуляторів та найменші значення дестимуляторів за весь досліджуваний період відповідно.

5 етап – визначення відстані між окремими спостереженнями та елементами вектора-еталона (табл. 3).

6 етап – розрахунок таксономічного показника [5].

Інтегральний показник змінюється в межах від 0 до 1, його інтерпретація така: він приймає високі значення за великих значень стимуляторів і низькі значення – за малих значень стимуляторів. Побудований таким чином таксономічний показник синтетично характеризує зміну значень ознак досліджуваних показників.

Таблиця 2

Стандартизована матриця спостережень

Показники	2010	2011	2012	2013	Стимулятор / Дестимулятор	Еталон
Коефіцієнт оборотності кредиторської заборгованості	1,169	0,468	-1,013	-0,623	+	1,169
Тривалість обороту кредиторської заборгованості	-1,13	-0,523	1,029	0,624	-	-1,13
Коефіцієнт фінансового ризику	-1,269	-0,328	0,736	0,86	-	-1,269
Коефіцієнт фінансової стабільності	1,438	-0,077	-0,657	-0,704	+	1,438
Коефіцієнт поточної ліквідності	1,438	-0,49	-0,823	-0,125	+	1,438
Вартість власного оборотного капіталу	1	0	-0,7	-0,4	+	1,48
Коефіцієнт залежності	-1,401	-0,038	0,71	0,729	-	-1,401

Таблиця 3

Відстань від об'єкта до еталона

№ з / п	Роки	Евклідова відстань	Таксономічний показник розвитку
1	2010	0	
2	2011	3,635	0,582
3	2012	5,675	0,347
4	2013	5,076	0,416
Середнє значення відстаней		3,597	
Середнє квадратичне відхилення		2,546	
d = середнє значення відстаней + 2 × середнє квадратичне відхилення		8,688	

Найважливіша перевага використання таксономічного методу полягає в тому, що тепер рівень ефективності управління поточними зобов'язаннями вимірюється одним синтетичним показником, який вказує напрям і масштаби змін у процесі управління зобов'язаннями підприємства, що описуються сукупністю вихідних ознак.

За допомогою цього методу можна не тільки оцінювати значення інтегрального показника, а й робити прогноз на попередні періоди. Потрібно лише на основі трендового аналізу зробити припущення про зменшення або збільшення факторів, які впливають на величину поточних зобов'язань, і прорахувати такі ж таблиці вже з прогнозним періодом. Приклад прогнозу можна побачити в табл. 4.

Таблиця 4

Прогнозний таксономічний показник розвитку

№ з / п	Роки	Евклідова ідстань	Таксономічний показник розвитку
1	2010	0	
2	2011	3,635	0,582
3	2012	5,675	0,347
4	2013	5,076	0,416
5	**2014**	**5,069**	**0,403**
Середнє значення відстаней		3,891	
Середнє квадратичне відхилення		2,301	
d = середнє значення відстаней + 2 × середнє квадратичне відхилення		8,493	

Результат оцінки, отриманий за допомогою цього показника, дає змогу оперативно реагувати на його зміни та оптимізувати процес управління поточними зобов'язаннями на підприємстві.

Таким чином, такий метод дасть змогу підвищити ефективність управління поточними зобов'язаннями. Управлінський персонал зможе отримати майже одразу інформацію стосовно стану заборгованостей, їх прогнозу

на певний період часу, що дасть змогу приймати рішення та реагувати на ситуацію вчасно, що, безумовно, добре позначиться на діяльності підприємства в цілому.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Петряєва З. Ф.

Література: 1. Бухгалтерський фінансовий облік / Ф. Ф. Бутинець, О. С. Бородкін, А. М. Герасимович, Г. Г. Кірейцев та ін. ; під ред. Ф. Ф. Бутинця. – Житомир : Рута, 2000. – 608 с. **2.** Власова Н. О. Ефективність формування фінансових результатів підприємств роздрібної торгівлі : монографія / Н. О. Власова, І. Ю. Мелушова. – Харків : ХДУХТ, 2008. – 259 с. **3.** Бєлай С. Застосування таксономічного методу для оцінювання соціально-економічної безпеки регіонів України [Електронний ресурс] / С. Бєлай. – Режим доступу : http://archive.nbuv.gov.ua/portal /soc_gum/Dums/2011_4/11bsvbru.pdf. **4.** Саблина Н. В. Использование метода таксономии для анализа внутренних ресурсов предприятия / Н. В. Саблина, В. А. Теличко // Бизнес Информ. – 2009. – № 3. – С. 78–82. **5.** Плюта В. Сравнительный многомерный анализ в эконометрическом моделировании [Текст] / В. Плюта : пер. с польс. В. В. Иванова. – М. : Финансы и статистика, 1989. – 176 с. **6.** НП(С)БО № 11 «Зобов'язання» [Електронний ресурс] : Наказ Міністерства фінансів України від 31.01.2000 № 20. – Режим доступу : http://buhgalter911.com/Res/PSBO /PSBO11.aspx. **7.** Савицкая Г. В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия : учебник / Г. В. Савицкая. – М. : ИНФРА-М, 2010.

ВИЗНАЧЕННЯ ЗАВДАНЬ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА

УДК 005.934

Гамзаєва Е. М.

Студент 1 курсу
факультету обліку і аудиту ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Проаналізовано різні підходи до розкриття поняття «економічна безпека». Здійснено класифікацію загроз за джерелами виникнення. Визначено завдання економічної безпеки суб'єкта господарювання щодо запобігання внутрішнім та зовнішнім загрозам.*

Ключові слова: *економічна безпека, підприємство, забезпечення безпеки, захищеність, ризик, загроза.*

Аннотация. *Проанализированы различные подходы к раскрытию понятия «экономическая безопасность». Осуществлена классификация угроз по источникам их возникновения. Определены задачи экономической безопасности предприятия по предотвращению внутренних и внешних угроз.*

Ключевые слова: *экономическая безопасность, предприятие, обеспечение безопасности, защищенность, риски, угроза.*

Annotation. *The artcle provides analysis of various approaches to explanaton of the « ekonomics security » noton. The classification of threats made according to the main features. Proposed objectives of economic security to prevent internal and external threats.*

Keywords: *economic security, enterprise security, security, risk, danger.*

Постановка проблеми. Будь яка країна прагне задовольнити соціальні та матеріальні потреби своїх громадян, Україна не є виникненням. На сьогодні саме економіка є одним із найбільш вразливих елементів національної безпеки держави. Ефективна система економічної безпеки держави – це питання існування будь-якої держави, тому її забезпечення є одним із пріоритетних завдань розвитку української держави. А вирішення цього завдання полягає у вдосконалення якості безпеки безпосередньо українських підприємств. Наявність значної кількості підприємств різноманітних форм власності, значний рівень конкуренції, комерційний шпіонаж та інші прояви криміналізації бізнесу вимагають від суб'єктів господарювання приділяти велику увагу забезпеченню економічної безпеки

© Гамзаєва Е. М, 2015

власної діяльності. Рівень економічної безпеки фірми залежить від того, наскільки ефективно її керівництво спроможне уникнути можливих загроз і ліквідувати негативні наслідки зовнішнього та внутрішнього середовища.

Проблемами аналізу та оцінки економічної безпеки підприємств займається низка вітчизняних учених, таких як: Т. Сухорукова, А. Берлач, О. Барановський, Н. Капустін, М. Дмітрієва, Й. Петрович, А. Кіт, Л. Мельник, П. Круш, Б. Сердюк, Є. Олейніков та ін. На основі проведеного аналізу літературних джерел, можна сказати, що економічна безпекою підприємства представляє собою захищеність науково-технічного, технологічного, виробничого і кадрового потенціалу від прямих чи непрямих економічних загроз підприємства. Віддаючи належне розробкам вітчизняних і зарубіжних учених, слід зазначити, що в питаннях оцінки і аналізу економічної безпеки залишається чимало невирішених проблем, котрі потребують детального дослідження і вироблення пропозицій для практичної діяльності.

Метою статті є проведення аналізу підходів до визначення поняття «економічна безпека», розгляд класифікації загроз за джерелами виникнення, визначення завдання економічної безпеки суб'єкта господарювання щодо запобігання внутрішнім та зовнішнім загрозам.

Виклад основного матеріалу. Головною метою економічної безпеки підприємства є забезпечення стійкого та максимально ефективного функціонування підприємства, високого потенціалу розвитку та зростання у майбутньому. Найбільш ефективне використання корпоративних ресурсів підприємства досягається шляхом запобігання загрозам негативних впливів на економічну безпеку підприємства.

Тема економічної безпеки підприємства завжди актуальна, тому є предметом постійного обговорення серед науковці та практиків у сфері економіки та управління підприємством. У табл. 1 наведено трактування терміна «економічна безпека» різними науковцями.

Таблиця 1

Трактування терміна «економічна безпека» різними науковцями

Автор	Трактування	Недоліки
Олейникова Е. [2]	Це стан найбільш ефективного використання ресурсів для запобігання загрозам і забезпечення стабільного функціонування підприємства на теперішній час і в майбутньому	Не достатньо розглядається вплив внутрішнього середовища на економічну безпеку підприємства
Ковальов Т., Сухорукова Т. [4]	Це захищеність його діяльності від негативного впливу зовнішнього оточення, а також здатність своєчасно усунути різноманітні загрози або пристосуватися до наявних умов, які не відбиваються негативно на його діяльності	
Раздина Є. [5]	Комплекс заходів, які сприяють підвищенню фінансової стійкості господарчих суб'єктів за умов ринкової економіки, які захищають їх комерційні інтереси від впливу негативних ринкових процесів	
Капустін Н. [3]	Сукупність чинників, які забезпечують незалежність, стійкість, здатність до прогресу в умовах дестабілізуючих факторів	
Бєндіков М. [1]	Захищеність його науково-технічного, технологічного, виробничого та кадрового потенціалу від прямих (активних) або непрямих (пасивних) загроз	

Таким чином, проаналізувавши вищенаведені терміни різних авторів, було б доцільно запропонувати свій варіант трактування цього поняття, а саме: економічна безпека підприємства передбачає стійкий розвиток, що досягається за допомогою використання усіх видів ресурсів і підприємницьких можливостей, якими гарантується найбільш ефективне їх використання для стабільного функціонування та динамічного науково-технічного й соціального розвитку, запобігання внутрішнім і зовнішнім негативним впливам.

Проведений аналіз вітчизняних підприємств свідчить, що організація сучасної підприємницької діяльності потребує створення надійної служби безпеки підприємства, яка допоможе протистояти основним зовнішнім і внутрішнім загрозам підприємства. Узагальнюючи сучасні підходи до визначення загроз, встановлено, що загроза – це реальна можливість впливу дії навмисного чи ненавмисного характеру, що порушує стійкість функціонування підприємства, завдає матеріальної та нематеріальної шкоди, яка призводить до відхилень від стратегії. Тобто необхідно розглянути як зовнішні, так і внутрішні загрози, а також їх вплив на підприємство. Вплив зовнішніх загроз і сили, які можуть залучатися до їх відображення, наведено в табл. 2 [6].

Щодо джерел внутрішніх загроз підприємства, то це нелояльний до власної компанії персонал. Він за своїм складом, а саме соціальним, професійним, службовим, – дуже різнорідний; причини, з яких «улюблені» співробітники обкрадають своїх роботодавців, також різні. Тому запропонуємо можливі варіанти внутрішніх загроз, що виходять від власного персоналу, які наведено в табл. 3 [6].

Таблиця 2

Зміст та джерела зовнішніх загроз підприємства

Джерела загроз	Зміст і цілі загрози	Відповідальний
Представники органів державної влади	Проведення перевірок або оперативних заходів за замовленням конкурента. Проведення перевірок або оперативних заходів в ініціативному порядку з метою вимагання хабарів	Юридична служба Служба безпеки
Кримінальні структури	Виконання «замовлення» внаслідок фізичного тиску на підприємство, його партнерів, постачальників і споживачів. Організація нападів на підприємство і його власність з метою заволодіння продукцією, фінансами, сировиною	Юридична служба Служба безпеки Правоохоронні органи
Постачальники	Зміна цінової політики на постачання ресурсів, сировини, комплектуючих. Зміна умов постачання ресурсів, сировини, комплектуючих	Юридична служба Фінансовий директор Служба безпеки
Споживачі	Відмова від закупівель продукції. Висування вимог щодо зниження закупівельних цін	Служба реалізації продукції
Конкуренти	Погрози та шантаж проти керівників. Шпигунство з метою активної протидії нормальній роботі. Вплив на керівників та менеджерів підприємства. Нанесення збитку основним фондам	Служба безпеки Головний інженер Юридична служба Служба маркетингу
Фінансово-кредитні установи	Несподівана відмова у кредиті. Затримка у проведенні платежів	Фінансовий директор Головний бухгалтер Юридична служба

Таблиця 3

Зміст та джерела внутрішніх загроз підприємства

Джерела загроз	Зміст і цілі загрози	Відповідальний
Керівники та менеджери	Шахрайство з метою заволодіння активами компанії. Фальсифікація звітності з метою привласнення грошових коштів. Розкрадання майна в особливо великих розмірах шляхом закупівлі сировини за завищеними цінами, надання пільг партнерам тощо. Надання або продаж конкурентам інформації, що є комерційною таємницею підприємства. Її використання конкурентами здатне завдати значної шкоди	Служба безпеки Служба персоналу
Співробітники	Крадіжка продукції, сировини, ресурсів, комплектуючих. Крадіжка фінансових коштів та інформаційних ресурсів. Нецільове та несанкціоноване використання техніки, обладнання, транспорту, інформаційно-обчислювальних засобів та ін. Продаж відомостей, що становлять комерційну таємницю	Служба безпеки Служба внутрішнього аудиту
Працівники	Крадіжка готової продукції, сировини, комплектуючих. Крадіжка фінансових коштів. Надання допомоги стороннім у скоєнні протиправних дій на підприємстві з метою нанесення збитку. Навмисне виведення з ладу техніки, обладнання, інформаційних ресурсів	Служба безпеки Керівники структурних підрозділів

Економічна безпека бізнесу, підприємства буде забезпечена за умови, якщо підприємство та бізнес будуть працювати у стані захищеності від зовнішніх і внутрішніх загроз, а також буде організована ефективна система економічної безпеки на підприємстві або в бізнесі в цілому. Система економічної безпеки будуватиметься залежно від формату підприємства, умов виробничої діяльності, застосовуваних технологій, стану інфраструктури та інших внутрішніх та зовнішніх чинників.

Слід зазначити, що задля нейтралізації будь-яких загроз економічній безпеці суб'єкти господарювання мають спрямовувати свої зусилля на створення та підтримку власної системи безпеки. Під системою економічної безпеки розуміють організовану сукупність спеціальних органів, служб, засобів, методів та заходів, що забезпечують захист життєво важливих інтересів підприємства від внутрішніх та зовнішніх загроз. Система економічної безпеки унікальна для кожного підприємства, оскільки залежить від виду та особливостей його діяльності, розмірів, виробничого потенціалу тощо. Система безпеки підприємства повинна характеризуватися комплексністю, тобто здатністю забезпечити майнову, фінансову, інтелектуальну, інформаційну, екологічну безпеку підприємства. Крім того, вона повинна бути дієвою та ефективною, що безпосередньо залежить від ґрунтовності та чіткості окреслення кола тих завдань, які ця система має виконувати. У статті визначено основні завдання, які стоять перед економічною безпекою суб'єкта господарювання (рис. 1).

Отже, дієва система економічної безпеки створює умови для ефективного функціонування підприємства, досягнення бізнес-цілей в умовах жорсткої конкуренції та значних господарських ризиків шляхом своєчасного виявлення та нейтралізації різноманітних загроз та небезпек.

Рис. 1. **Основні завдання економічної безпеки суб'єкта господарювання**

Висновок. Підсумовуючи вищесказане, хотілося б ще раз зазначити, що економічна безпека підприємства є складним та багатовекторним поняттям, про що свідчить різноманіття наукових підходів до його сутності та класифікації загроз, які на неї безпосередньо впливають. До першочергових завдань, покликаних нейтралізувати загрози та попередити зниження рівня економічної безпеки підприємства, можна віднести створення системи економічної безпеки, розробку способів уникнення можливих загроз та напрямків мінімізації негативних впливів.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Петряєва З. Ф.

Література: 1. Бендиков М. Экономическая безопасность промышленного предприятия (организационно-методический аспект) / М. Бендиков // Консультант директора. – 2000. – № 2. – С. 7–13. **2.** Олейникова Е. А. Основы экономической безопасности (Государство, регион, предприятие, личность) / Е. А. Олейникова. – М. : Интел-Синтез, 1997. – 288 с. **3.** Капустин Н. Экономическая безопасность отрасли и фирмы / Н. Капустин // Бизнес Информ. – 1999. – № 11–12. – С. 45–47. **4.** Ковалёв Д. Экономическая безопасность предприятия / Д. Ковалёв, Т. Сухорукова // Экономика Украины. – 1998. – № 10. – С. 48–52. **5.** Раздина Е. Коммерческая информация и экономическая безопасность предприятия // Бизнес Информ. – 1997. – № 24. – С. 63–65. **6.** Рудніченко Є. М. Загроза, ризик, небезпека: сутність і взаємозв'язок із системою економічної безпеки підприємства / Є. М. Рудніченко // Економіка. Менеджмент. Підприємництво. – 2013. – № 25 (І). – С. 188–195.

ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ЗАПАСІВ ЗА ДОПОМОГОЮ ТАКСОНОМІЧНОГО АНАЛІЗУ

УДК 658.7:005.52

Гога І. Г.

Студент 4 курсу
факультету обліку і аудиту ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Розглянуто таксономічний аналіз як метод визначення ефективності використання запасів та зроблено прогноз щодо використання запасів на ПАТ «Вовчанський агрегатний завод» на наступний рік на основі річної фінансової звітності підприємства.*

Ключові слова: *запаси, алгоритм таксономічного аналізу, таксономічний аналіз, стимулятори (дестимулятори), вектор-еталон, інтегральний показник.*

© Гога І. Г., 2015

Аннотация. *Рассмотрен таксономический анализ как метод определения эффективности использования запасов и сделан прогноз относительно использования запасов на ОАО «Волчанский агрегатный завод» на следующий год на основе годовой финансовой отчетности предприятия.*

Ключевые слова: *запасы, алгоритм таксономического анализа, таксономический анализ, стимуляторы (дестимуляторы), вектор-эталон, интегральный показатель.*

Annotation. *The taxonomical analysis as a method of determination of efficiency of use of stocks is considered and the forecast concerning use of stocks for JSC Volchansky Modular Plant the next year on the basis of annual financial statements of the enterprise is made.*

Keywords: *stocks, the algorithm taxonomic analysis, taxonomic analysis, stimulants (destimulation), vector-the standard, integral indicator.*

Успішна робота підприємства будь-якої галузі залежить від ряду необхідних умов, найважливішою серед яких є наявність необхідного обсягу запасів. Запаси займають домінуючу позицію у складі матеріальних витрат підприємств, а їхня вартість має великий вплив на собівартість виготовленої продукції. У зв'язку із цим необхідна чітка організація внутрішньогосподарського обліку та аналізу запасів з метою раціонального їх використання й підвищення ефективності виробництва.

Багато уваги приділяли вивченню ефективності використання запасів такі вчені, як: Бутинець Ф. Ф., Попович П. Я., Пушкар М. С., Савицька Г. В. та ін. [1–4].

Вивченням використання таксономічного аналізу займалися такі вчені, як: Рєпіна І., Сабліна Н., Плюта В. та багато інших [5–7].

Мета цієї роботи – визначити ефективність використання запасів за допомогою таксономічного аналізу.

Запаси підприємства – це дуже складна і багатогранна складова активів підприємства. Будь-який показник аналізу запасів відтворює лише один бік цієї категорії. Але такий метод, як таксономічний аналіз дозволяє надати комплексну характеристику ефективності використання запасів, а також дозволяє оцінити вплив кожного показника на динаміку запасів на підприємстві та оцінити органічний взаємозв'язок цих показників.

Сутність методу таксономічного аналізу полягає у дослідженні об'єктів, які характеризуються великою кількістю ознак.

Побудова таксономічного показника ефективності використання запасів відбувається за допомогою таких етапів: формування матриці спостережень (даних), стандартизування значень елементів матриці даних, формування вектора-еталона, визначення відстані між окремими спостереженнями і вектором-еталоном, визначення таксономічного показника ефективності використання запасів [5].

Запаси підприємства мають ряд особливостей, тому в цьому дослідженні вихідними даними для подальшого розрахунку таксономічного показника будуть такі показники ефективності формування та використання запасів ПАТ «Вовчанський агрегатний завод» (табл. 1).

Таблиця 1

Вихідні дані для розрахунку таксономічного показника ефективності використання запасів на підприємстві

Показник	Період			
	2010 рік	2011 рік	2012 рік	2013 рік
Коефіцієнт накопичення запасів	1,1	0,89	1,04	0,67
Коефіцієнт оборотності виробничих запасів	13,2	18,7	12,2	13,4
Коефіцієнт оборотності незавершеного виробництва	9,3	11,2	10,3	7,1
Коефіцієнт оборотності готової продукції	14,4	16,7	12,7	9
Коефіцієнт оборотності запасів	4	5	3,9	3,1
Коефіцієнт закріплення виробничих запасів	0,08	0,04	0,08	0,07
Коефіцієнт закріплення незавершеного виробництва	0,11	0,09	0,10	0,14
Коефіцієнт закріплення готової продукції	0,07	0,06	0,08	0,11
Коефіцієнт закріплення запасів	0,25	0,2	0,26	0,32
Матеріаломісткість	0,2443	0,354	0,3161	0,0333
Матеріаловіддача	4,0926	2,8246	3,1636	30,0359
Рентабельність запасів	1,298	4,187	1,962	2,22

Матриця спостережень буде виглядати подібним чином, як і табл. 1.

Для подальшого аналізу необхідно виконати стандартизацію ознак шляхом переходу до їх центрованих безрозмірних значень за формулою:

$$x_{st} = \frac{X - \overline{X}}{\sigma}, \quad (1)$$

де x_{st} – стандартизоване значення показника;

X – значення показника;

$\overline{X}$ – середнє значення фактора;

σ – стандартне відхилення по фактору.

Стандартизовані значення показників ефективності використання запасів наведено в табл. 2. Окрім того, в цій таблиці виділено показники-стимулятори (оскільки усі вони позитивно впливають на рівень ефективності використання запасів ПАТ «Вовчанський агрегатний завод») та дестимулятори, розраховано значення координат вектора-еталона.

Для визначення рівня ефективності використання запасів ПАТ «Вовчанський агрегатний завод» в аналізованому періоді було розраховано відстані від значень показників відповідного року до значень відповідних показників вектора-еталону.

Таблиця 2

Визначення координат вектора-еталона ефективності використання запасів ПАТ «Вовчанський агрегатний завод»

Показники ефективності діяльності банку	Значення показника у відповідному році				Стимулятор / дестимулятор	Вектор-еталон
	2010	2011	2012	2013		
Коефіцієнт накопичення запасів	1,1	0,89	1,04	0,67	-	-1,537
Коефіцієнт оборотності виробничих запасів	13,2	18,7	12,2	13,4	+	1,704
Коефіцієнт оборотності незавершеного виробництва	9,3	11,2	10,3	7,1	+	1,130
Коефіцієнт оборотності готової продукції	14,4	16,7	12,7	9	+	1,246
Коефіцієнт оборотності запасів	4	5	3,9	3,1	+	1,482
Коефіцієнт закріплення виробничих запасів	0,08	0,04	0,08	0,07	-	-1,677
Коефіцієнт закріплення незавершеного виробництва	0,11	0,09	0,10	0,14	-	-1,069
Коефіцієнт закріплення готової продукції	0,07	0,06	0,08	0,11	-	-1,069
Коефіцієнт закріплення запасів	0,25	0,2	0,26	0,32	-	-1,348
Матеріаломісткість	0,2443	0,354	0,3161	0,0333	-	-1,642
Матеріаловіддача	4,0926	2,8246	3,1636	30,0359	+	1,731
Рентабельність запасів	1,298	4,187	1,962	2,22	+	1,645

Чим менше ця відстань, тим вище рівень ефективності діяльності досліджуваного банку.

Таксономічний показник ефективності використання запасів було розраховано за формулою:

$$K_i = 1 - \frac{d_{ij}}{d}, \quad (3)$$

де $d = d_{cp} + 2\sigma_0$ – сума середнього арифметичного значення евклідових відстаней та середньоквадратичне відхилення значення евклідових відстаней між об'єктом і еталоном;

$d_{cp} = x = \frac{\sum_{k=1}^{m} d_{ij}}{n}$ – середнє арифметичне значення евклідових відстаней;

$\sigma_0 = \sqrt{\frac{\sum_{i=1}^{n} (d_{ij} - d_{cp})^2}{n}}$ – середньоквадратичне відхилення значення евклідових відстаней між об'єктом і еталоном.

Для визначення рівня ефективності використання запасів ПАТ «Вовчанський агрегатний завод» на основі побудованого таксономічного показника прийнято рішення виділити 3 діапазони, потрапляння таксономічного показника до яких характеризує рівень ефективності використання запасів відповідно як високий, середній або низький.

Оскільки більшість статистичних сукупностей у природі і суспільстві підпорядковується закону нормального розподілу, то можна припустити, що значення таксономічного показника оцінки рівня ефективності використання запасів також підпорядковуються закону нормального розподілу.

Результати розрахунку таксономічного показника рівня ефективності використання запасів ПАТ «Вовчанський агрегатний завод» наведено в табл. 3.

Як видно з наведеної табл. 3, рівень ефективності використання запасів в аналізованому періоді мав достатньо нестійкі тенденції.

Також ми за допомогою таксономічного показника можемо зробити прогноз ефективності використання запасів ПАТ «Вовчанський агрегатний завод» на 2014 рік.

Припустимо, що у наступному році показники зміняться на 2 %, тобто або виростуть на 2 %, або знизяться на 2 % залежно від того, якою була тенденція в розрахованих значеннях. Відповідно з попередніми розрахунками було знайдено таксономічний показник на 2014 рік. Він склав 0,328. Динаміка та прогноз таксономічного показника наведено на рис. 1.

Таблиця 3

Значення таксономічного показника рівня ефективності використання запасів ПАТ «Вовчанський агрегатний завод»

№	Рік	Відстань до вектора-еталона	Таксономічний показник рівня ефективності діяльності банку
1	2010	4,999	0,381
2	2011	3,946	0,511
3	2012	4,587	0,432
4	2013	7,258	0,102
Середнє значення відстаней		5,549	
Середнє квадратичне відхилення		1,398	
d = Середнє значення відстаней +2 × середнє квадратичне відхилення		8,344	

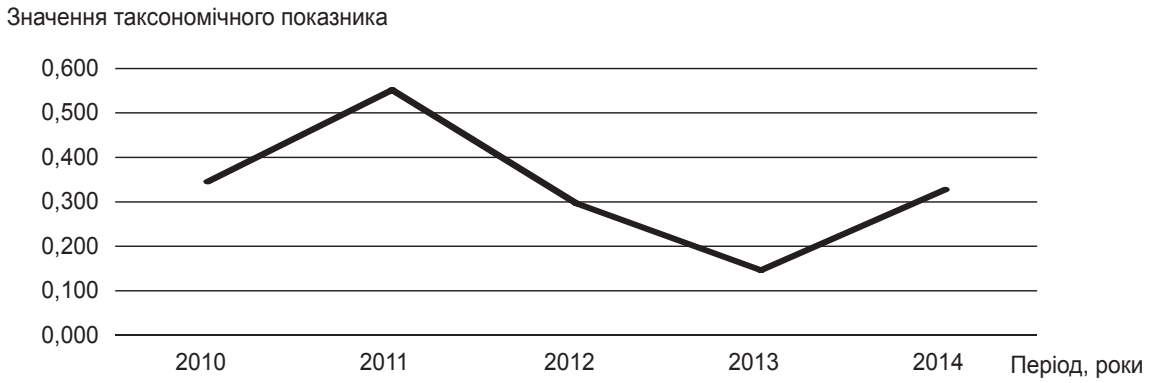


Рис. 1. **Таксономічний показник ефективності використання запасів**

Зазначена динаміка запасів свідчить про середній рівень ефективності використання запасів. У 2013 році цей таксономічний показник сягнув найменшого значення. Це пояснюється наростаючим напруженнямм, нестабільністю в економічній, соціальній і політичних сферах, накопиченням запасів, появою нових конкурентів, втратою ринків збуту продукції. Найбільший негативний вплив на зниження рівня ефективності використання запасів в аналізованому періоді мають такі показники: коефіцієнт оборотності запасів, коефіцієнт оборотності незавершеного виробництва, коефіцієнт оборотності готової продукції, коефіцієнт закріплення запасів, матеріаломісткість. По-

зитивний вплив на загальний рівень ефективності використання запасів мають коефіцієнт накопичення запасів, коефіцієнт оборотності виробничих запасів, матеріаловіддача та рентабельність запасів.

В 2014 році запаси на ПАТ «Вовчанський агрегатний завод» будуть використовуватися ефективніше, ніж у 2013 році. Це говорить про те, що підприємство обрало правильний шлях щодо використання запасів. І якщо воно буде дотримуватися обраної стратегії (а саме – зменшувати рівень запасів на складах, в т.ч. і готової продукції), то в подальшому може знизити собівартість продукції, що призведе до отримання більшого прибутку.

Науковим результатом цього дослідження є визначення та прогноз ефективності використання запасів за допомогою методики застосування таксономічного аналізу.

Науковий керівник – старший викладач Андрющенко В. О.

Література: 1. Бутинець Ф. Ф. Економічний аналіз : навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. / Ф. Ф. Бутинець. – Житомир : Рута, 2003. – 680 с. **2.** Попович П. Я. Аналіз формування та використання запасів підприємства / П. Я. Попович // Економічний аналіз. – 2010. Вип. 5. – С. 150–153. **3.** Пушкар М. С. Фінансовий облік : підручник / М. С. Пушкар. – Тернопіль : Карт-бланш, 2002. – 628 с. **4.** Савицкая Г. В. Экономический анализ : учебник / Г. В. Савицкая. – М. : Новое знание, 2005. – 651 с. **5.** Рєпіна І. М. Таксономічний аналіз ефективності формування та використання активів підприємства / І. М. Рєпіна // Формування ринкової економіки. – 2011. – № 26. – С. 440–457. **6.** Саблина Н. В. Использование метода таксономии для анализа ресурсов предприятия [Електронний ресурс] / Н. В. Саблина, В. А. Теличко. – Режим доступу : http://www.nbuv.gov.ua/portal/Soc-_Gum/Bi/2009_3/78-82.pdf. **7.** Плюта В. Сравнительный анализ в экономических исследованиях: Методы такосномими и факторного анализа / В. Плюта ; пер. с науч. ред. В. М. Жуковой. – М. : Статистика, 1980. – 151 с.

ПРОБЛЕМИ УЗГОДЖЕННЯ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ ТА ПОДАТКОВОГО ОБЛІКУ

УДК 657

Голик О. М.

Студент 3 курсу
факультету економіки і права ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Розглянуто особливості бухгалтерського обліку та податкового обліку, виявлено їх спільні та відмінні риси. Досліджено проблеми їх взаємодії між собою. Проаналізовано шляхи удосконалення облікової системи в Україні, а також важливість цього для економічних результатів на підприємстві.*

Ключові слова: *бухгалтерський облік, податковий облік, оподаткування, прибуток, різниця.*

Аннотация. *Рассмотрены особенности бухгалтерского учета и налогового учета, выявлены их общие и отличительные черты. Исследованы проблемы их взаимодействия между собой. Проанализированы пути совершенствования учетной системы в Украине, а также важность этого для экономических результатов предприятия.*

Ключевые слова: *бухгалтерский учет, налоговый учет, налогообложение, прибыль, разница.*

Annotation. *The article describes the features of accounting and taxation, revealed their common and distinctive features. The problems of their interaction with each other. Analyzed ways to improve the accounting system in Ukraine, as well as it's importance for the economic performance of the enterprise.*

Keywords: *accounting, tax accounting, tax, income difference.*

© Голик О. М., 2015

Проблема взаємодії податкового та фінансового обліку стоїть перед фахівцями в області бухгалтерського обліку не перший рік. Численні автори бачать суттєву різницю в податковому та бухгалтерського обліку, а також не сумісну систему обліку операцій платника податків. Податковий облік розглядається ними як окрема і самостійна від бухгалтерського система обліку. З урахуванням висловленого проблема зближення податкового та бухгалтерського обліку має державне значення і є актуальною на цей момент.

Облік доходів і витрат ведеться як у бухгалтерському, так і в податковому обліку. Ці два види обліку істотно відрізняються один від одного як метою, так і принципами. Так, бухгалтерський облік спрямований на отримання достовірної інформації фінансової діяльності підприємства, а податковий облік виконує фіскальні та регуляторні функції [1].

Бухгалтерський і податковий облік ґрунтуються на однакових первинних документах – існує різниця лише між методами обліку доходів і витрат. Цим і зумовлена різниця між бухгалтерським та податковим обліком прибутку. У зв'язку з цим підприємствам доводиться вести подвійну бухгалтерію, що абсолютно нераціонально і вимагає додаткових тимчасових і матеріальних витрат.

Саме тому виникає необхідність спрощення податкового обліку, максимального наближення його показників до системи бухгалтерського обліку, що є надзвичайно важливим фактором для підвищення контрольованості господарських операцій та попередження ухилень від оподаткування. Система подвійного обліку є обтяжливою для платників податків і завищує собівартість, складна в адмініструванні податкових надходжень, створює перешкоди в питаннях прогнозування доходної частини бюджету, оскільки плани розвитку економіки будуються на статистичних даних і укладачі яких не можуть використовувати податкову звітність, оскільки вона дає інформацію про не повне коло господарських суб'єктів, а тільки про платників податків [2].

Проблеми взаємозв'язку систем бухгалтерського обліку та оподаткування висвітлювались у наукових працях вітчизняних учених Ф. Бутинця, Е. Гейєр, С. Голова, Л. Горецька, Н. Гури, І. Жураковської, О. Малинкіна, А. Озеран, Д. Свідерського, Т. Сльозко, Я. Соколова, П. Хоміна та ін., а також зарубіжних: Х. Андерсона, М. Кутера, Л. Малявкіна, Б. Нідлза, С. Ніколаєва, В. Палія, І. Педченко, І. Слабінської, Є. Чіпуренко, Л. Шнейдман та ін.

Метою роботи є дослідження проблеми узгодження бухгалтерського та податкового обліку, а також знаходження можливих способів її вирішення.

З прийняттям Податкового кодексу України система оподаткування, що наділена державою великими повноваженнями, регламентує порядок формування собівартості, прибутку, розробляє інструкції, рекомендації та передбачає покарання за неточне дотримання своїх правил. Це дає більше можливостей для використання інформації бухгалтерського обліку для цілей оподаткування, однак існує багато проблемних питань щодо цього.

При обчисленні доходів і витрат, фінансових результатів використовують різні принципи формування бази оподаткування. В бухгалтерському обліку це принцип обачності, який впливає на мінімізацію фінансового результату, для податкових розрахунків – принцип максимального наповнення державного бюджету, що зумовлює збільшення оподатковуваного прибутку. Відмінності між цими правилами формування визначає наявність податкових різниць [3].

Визначення податкових різниць у нормативних актах України з'явилось тільки в 2011 р. у Положенні бухгалтерського обліку «Податкові різниці», затвердженому Міністерством фінансів України наказом від 25.01.2011 № 27.

Постійні різниці – це різниці між податковим і обліковим прибутком, які виникають у поточному звітному періоді та не анулюються в наступних періодах. Наслідком постійних різниць є постійні податкові зобов'язання, що приводять до збільшення суми податку на прибуток, обчисленої відповідно до правил податкового законодавства, порівняно із сумою податку, розрахованою за даними бухгалтерського обліку. Податковий ефект від виникнення таких різниць призводить до зменшення облікового прибутку для цілей оподаткування в поточному періоді. У результаті виникає постійний податковий актив, поняття якого не міститься в нормативних актах. Відображення постійних податкових різниць у фінансовій звітності є значним нововведенням [3].

Тимчасові податкові різниці – це різниці між оцінкою активу або зобов'язання за даними фінансової звітності та податковою базою цього активу, або зобов'язання, які анулюються в наступному звітному періоді. У будь-якому разі тимчасових різниць не існувало б, якби звітний період становив не місяць (квартал, рік), а набагато більше, тоді такі доходи (витрати) врешті-решт були б враховані як під час формування бухгалтерського, так і оподаткованого прибутку. Тимчасова різниця може бути такою, що підлягає відшкодуванню, і такою, що підлягає оподаткуванню [3].

У регістрах доходів і витрат доцільно виділити окремі графи для відображення різниць за відповідною класифікацією – тимчасова або постійна, чи іншим способом, що забезпечуватиме накопичення відповідної інформації для її розкриття у фінансовій звітності.

Податкові різниці дають можливість взаємоузгодити бухгалтерський та податковий облік. Завдяки їх відображенню в обліку буде можливий контроль показників декларації на основі даних звітності і регістрів обліку цих різниць.

Е. Гейєр вважає, що на сьогодні одним із напрямів удосконалення облікової системи стає визначення відмінностей між бухгалтерським і податковим обліком, виявлення напрямів їх можливої гармонізації, знаходження оптимальної моделі їх взаємодії, що буде адекватною економічній дійсності і задовольнятиме вимоги, що до неї висуваються [4].

Також, на її думку, основними шляхами удосконалення взаємодії систем бухгалтерського обліку та оподаткування є, по-перше, завершення реформування системи бухгалтерського обліку, удосконалення П(С)БО (далі – Положення (стандарт) бухгалтерського обліку) з урахуванням положень МСФЗ (Міжнародні стандарти фінансової звітності); по-друге, внесення змін у податкове законодавство з метою гармонізації його з П(С)БО, узгодження понятійного апарату. Погодимось з її думкою, адже це дозволить створити оптимальну систему взаємодії бухгалтерського обліку і оподаткування, основою якої буде коригування даних бухгалтерського обліку для цілей оподаткування прибутку. При цьому в межах такої системи можна формувати податкові регістри, в яких будуть відображатись тільки відхилення прибутку для цілей оподаткування від бухгалтерського прибутку [4].

Підсумовуючи вищесказане, можна дійти висновку, що бухгалтерський облік є основою для створення податкової бази. Проте податкова система перебуває у фазі формування, через що виникає потреба у змінах та удосконаленні її з боку держави на законодавчому рівні. Взагалі податковий та бухгалтерський облік суттєво відрізняються і потребують подальшої гармонізації з метою затвердження єдиного підходу до визначення бази оподаткування.

Науковий керівник – старший викладач Андрющенко В. О.

Література: 1. Папинова О. П(С)БУ 17: что делать? / О. Папинова // Баланс. – 2002. – № 5. – С. 43–48. **2.** Взаємодія бухгалтерського та податкового обліку [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://sophus.at.ua/publ/2013_04_18_19_kampodilsk/sekcija_1_2013_04_18_19/vzaemodija_bukhgalterskogo_ta_podatkovogo_obliku/21-1-0-459. **3.** Жураковська І. Податкові різниці як спосіб взаємоузгодження бухгалтерського обліку та податкових розрахунків: обліковий аспект / І. Жураковська // Бухгалтерський облік і аудит. – 2011. – № 12. – С. 12–22. **4.** Гейєр Е. Удосконалення механізму взаємодії систем бухгалтерського обліку та оподаткування / Е. Гейєр // Економічний аналіз. – 2011. – № 9 (1). – 426 с. **5.** Положення бухгалтерського обліку № 35 «Податкові різниці» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://kodeksy.com.ua/buh/psbo/35.htm.

ОСОБЕННОСТИ УЧЕТА ДОХОДОВ И РАСХОДОВ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

УДК 657:631.11

Горобец Е. М.
Ценцовская И. Е.

Студенты 3 курса
факультета учета и аудита ХНЭУ им. С. Кузнеца

Аннотация. *Рассмотрены особенности понятия учета доходов и расходов в сельском хозяйстве. Также исследованы особенности экономической классификации, признания и учета доходов и расходов на сельскохозяйственных предприятиях в Украине, процесс их основного формирования согласно действующему нормативно-правовому законодательству.*

Ключевые слова: *сельскохозяйственная деятельность, финансовый учет, доходы (расходы) сельскохозяйственных предприятий.*

Анотація. *Розглянуто особливості поняття обліку доходів і витрат у сільському господарстві. Досліджено особливості економічної класифікації, визнання та обліку доходів і витрат на сільськогосподарських підприємствах в Україні, процес їх основного формування згідно з чинним нормативно-правовим законодавством.*

© Горобец Е. М., Ценцовская И. Е., 2015

Ключові слова: *сільськогосподарська діяльність, фінансовий облік, доходи (витрати) сільськогосподарських підприємств.*

Annotation. *Consider the features of the concept of income and expenditure in agriculture. Also investigated especially the economic classification, and recognition of income and expenses for the agricultural enterprises in Ukraine, the process of forming their core according to the current regulatory and legal acts.*

Keywords: *agricultural activities, financial accounting, income (loss) of agricultural enterprises.*

Из-за жестких рыночных и конкурентных ситуаций, сложившихся на сегодняшнем сельскохозяйственном рынке формирование доходов и расходов на сельскохозяйственных предприятиях, играет значительную роль на данном этапе. В связи с ориентацией и переходом на международные стандарты и нормативы, учет доходов и расходов на сельскохозяйственных предприятиях существенно меняется. Самым основным является разработка и построение улучшенной системы учета доходов и расходов [1]. Именно за счет усовершенствования производственного учета мы сможем получить достоверные данные об уровне предприятия. Сейчас основной тенденцией сельскохозяйственных предприятий является определение результата своей деятельности – дохода или убытка. Только по данным финансового учета возможно достоверно оценить интересующий результат предприятия. Принятие решений руководства прежде всего зависит от полноты и достоверности полученных им информации и результатов финансового учета [2].

Это вынуждает руководство ставить жёсткие требования к качеству ведения учета финансовых результатов, доходов и расходов, что напрямую влияет на их изменения. В связи с развитием компьютерных технологий учет доходов и расходов постоянно усовершенствуется и развивается. Происходит ориентация сельскохозяйственных предприятий на увеличение собственных выгод в виде поступления активов или уменьшения обязательств; вследствие чего происходит увеличение собственного капитала предприятия [3]. Предприятие нуждается в достоверной информации для поиска перспективных путей развития, а не решения вопросов о выживании предприятия [2].

Вопросами финансового учета и анализа доходов и расходов сельскохозяйственных предприятий занимались такие отечественные и зарубежные ученые и практики, как: В. М. Жук, В. А. Дерий, И. А. Селеверстов, А. П. Скирпан, М. М. Гарник, Т. Г. Каминская, В. А Московский, М. Я. Демененко, Г. Г. Кирейцев, Т. П. Саблук, Т. М. Слёзко, однако ученые также признают, что состояние учета в сельском хозяйстве остаётся неудовлетворительным. Чаще всего работы объединены единой проблемой учета доходов и расходов предприятий, а также их перспективами.

Дерий В. А. утверждает, что система учета и контроля сельскохозяйственных доходов и расходов не может полноценно существовать без надлежащего нормативно-правового обеспечения [2]. Поэтому на данном рыночном этапе исследование вопросов учета и контроля формирования доходов и расходов сельскохозяйственных предприятий важное значение приобретают проблемы их нормативного обеспечения со стороны государства. Большинство работ названных исследователей настолько широки, что были и остаются актуальными для многих научных поисков [2].

Многие ученые искали компромиссы ведения бухгалтерского учета и финансовой отчетности исходя из М(С)БУ и национальных стандартов, а также определения основных путей развития и усовершенствования бухгалтерского учета в Украине. Согласно М(С)БУ 18 «доход» – это увеличение полезности актива или уменьшение обязательств; валовое поступление экономических выгод на определенном периоде, которое образуется в ходе обычной деятельности субъекта хозяйствования, когда собственный капитал возрастает в результате этого поступления, а не за счет взносов участников капитала. В отличие от доходов расходам не отведено отдельное М(С)БУ. Понятие расходы открыто в М(С)БУ 1 «Предоставление финансовой отчетности», М(С)БУ 16 «Основные средства», П(С)БУ 18 «Доход», М(С)БУ 38 «Нематериальные активы» и др. Исследованные основные понятия доходов и расходов в соответствии с П(С)БУ и М(С)БУ сгруппированы и представлены в табл. 1

Таблица 1

Понятие доходов и расходов сельскохозяйственных предприятий

Понятие	П(С)БУ 30	М(С)БУ 41
Доходы	Поступление активов и погашение обязательств, приводящее к увеличению капитала сельскохозяйственного предприятия	Экономические выгоды, полученные в результате сельскохозяйственной деятельности за определенный отчетный период
Расходы	Уменьшение средств предприятий и увеличение его долговых обязательств	Уменьшение экономических выгод в результате выбытия биологических активов, денежных средств, другого имущества

Расходы, связанные с биологическими преобразованиями биологических активов, считаются расходами основной деятельности. Учет расходов ведется по отдельным объектам учета расходов в соответствии с Положением (стандартом) бухгалтерского учета 16 «Расходы» [1].

Доходы от первоначального признания биологических активов и сельскохозяйственной продукции, полученных в результате сельскохозяйственной деятельности в течение отчетного (календарного) года, определяются как разница между стоимостью биологических активов и сельскохозяйственной продукции, оцененных в порядке, предусмотренном пп. 9 и 12 Положения (стандарта) 30, и расходами, связанными с биологическими преобразованиями. Указанные доходы (расходы) включаются в состав других операционных доходов (расходов) [2].

Если предприятие производит оценку по справедливой стоимости, то счет 23 закрывается одновременно при определении доходов (расходов) от первоначального признания сельхозпродукции и других биологических активов. Доход от первоначального признания возникает, если справедливая стоимость выше расходов на производство сельхозпродукции (Кт 710). Если же справедливая стоимость меньше расходов, то возникают расходы в сумме такой разницы (Дт 940). При этом указанные ранее доходы (расходы) включаются в состав прочих операционных или на каждую дату баланса (ежеквартально), или в конце отчетного (календарного) года.

Наукой и практикой определен ряд причин несоответствия учета реалиям нынешней экономической жизни и современным рыночным условиям: неразрывность рыночных отношений (так как это аграрный сектор экономики), отсутствие координированного управления развития учетом, противоречивое учетное законодательство, отсутствие теоретических разработок. Достаточно обоснованными являются вопросы об особенностях учета биологических преобразований, формирование доходов и расходов, определение финансовых результатов на сельскохозяйственных предприятиях.

Сельское хозяйство имеет свои хозяйственные отличия и это находит отражение в нормативно-законодательной базе, учете, контроле. К основным видам нормативно-правового обеспечения учета и контроля доходов и расходов сельскохозяйственных предприятий стоит отнести разработанные Кабинетом Министров такие документы: «О бухгалтерском учете и финансовой отчетности в Украине» № 996-14, с изменениями и дополнениями, методические рекомендации по ведению учета на сельскохозяйственных предприятиях от 04.08.2009 № 390 с изменениями и дополнениями, постановления решений Кабинета Министров Украины; указы, письма, разъяснения министерств и ведомств; П(С)БУ 9 «Запасы», П(С)БУ 15 «Доход», П(С)БУ 16 «Расходы», П(С)БУ 30 «Биологические активы», М(С)БУ 41 «Сельское хозяйство». Надлежащее нормативно-правовое обеспечение учета доходов и расходов является условием эффективной организации учета и контроля на сельскохозяйственных предприятиях [2].

Без подобного обеспечения сельскохозяйственное предприятие в большинстве случаев обречено на значительные штрафы, пени и в конечном результате – банкротство [4]. План счетов сельскохозяйственных предприятий является важным связующим звеном для системы бухгалтерского учета. В данном плане счетов аналогично к основному Плану счетов значительное место занимают счета доходов и расходов. Данные счета содержат в себе большое количество хозяйственных операций, на основе которых в дальнейшем формируется отчетная информация, необходимая для принятия управленческих решений, так как без подобных решений сельскохозяйственные предприятия долго не могут существовать [5].

Согласно П(С)БУ 16 «Расходы» объектом расходов являются продукция, роботы, услуги или вид деятельности, требующие определения связанных с их производством расходов.

Хозяйственный и Налоговый Кодексы Украины не конкретизируют порядок признания доходов для целей учетно-контрольной практики на предприятии. Нормы Национального и Международного стандартов учета доходов не распространяются на бюджетную сферу и не учитывают отраслевой практики сельскохозяйственных предприятий [3]. Порядок признания доходов, расходов и финансовых результатов в сельском хозяйстве регламентируется П(С)БУ 30 «Биологические активы» и МСФО 41 «Сельское хозяйство». П(С)БУ 30 «Биологические активы» существенно изменил подходы к определению и учету финансовых результатов от сельскохозяйственной деятельности. Важным принципом является соответствие доходов и расходов.

Согласно П(С)БУ 30 «Биологические активы» доход от сельскохозяйственной деятельности состоит из: дохода от первоначального признания биологических активов и сельскохозяйственной продукции; дохода от изменения справедливой стоимости биологических активов; дохода от реализации биологических активов и сельскохозяйственной продукции, полученной в результате биологических преобразований [1; 3]. Доходы от первоначального признания биологических активов и сельскохозяйственной продукции определяются как разница между справедливой стоимостью полученной продукции и (или) дополнительных биологических активов и затратами, которые возникли в результате производства этой продукции и биологических активов. Признание доходов от последующей реализации такой продукции и биологических активов происходит с учетом методологических требований П(С)БУ 15 «Доход».

Анализируя порядок раскрытия информации о доходах в сельском хозяйстве, можно заметить, что в связи со спецификой сельского хозяйства как отрасли данный участок учета имеет достаточно много особенностей, которые зависят от внешних и внутренних факторов, а также изменяются во времени.

Научный руководитель – канд. экон. наук, доцент Пасенко Н. С.

Литература: 1. Гарник М. М. Особенности учета и анализа затрат аграрного производства / М. М. Гарник // Инновационная экономика. – 2012. – № 4. – С. 141–146. **2.** Дерий В. А. Нормативно-правовое обеспечение учета и контроля расходов и доходов предприятия / В. А. Дерий // Международный сборник научных трудов. – 2013. – № 2 (17). – С. 77–83. **3.** Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності» [Електронний ресурс] : Наказ Міністерства фінансів України від 07.02.2013 № 73. – Режим доступу : http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/z0336-13. **4.** Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 30 «Біологічні активи» [Електронний ресурс] : Наказ Міністерства фінансів України від 18.11.2005 № 790. – Режим доступу : http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/z1456-05. **5.** Правдюк Н. Л. Методические подходы к учету затрат и их взаимосвязь с экономическими теориями / Н. Л. Правдюк // Вестник Сумского национального аграрного университета. – 2013. – № 2. – С. 75–79.

ОБЛІКОВО-АНАЛІТИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТІЙКОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА

УДК 658.5:647.727.1

Горобець О. І.

Студент 5 курсу
факультету обліку і аудиту ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Розглянуто сутність поняття «фінансова стійкість» та основні напрямки його застосування. Визначено інформаційну складову обліково-аналітичного забезпечення стійкого розвитку підприємства. Досліджено характер впливу управлінських рішень на перспективи розвитку підприємства.*

Ключові слова: *фінансова стійкість, обліково-аналітична система, інформаційна база, система управління.*

Аннотация. *Рассмотрены сущность понятия «финансовая устойчивость» и основные направления его применения. Определена информационная составляющая учетно-аналитического обеспечения устойчивого развития предприятия. Исследован характер влияния управленческих решений на перспективы развития предприятия.*

Ключевые слова: *финансовая устойчивость, учетно-аналитическая система, информационная база, система управления.*

Annotation. *The article deals with the essence of the concept of "financial stability" and the main directions of its application, the information specified component oblikovo-analytical support sustainable development of the enterprise. The nature of the impact of management decisions on the development of the enterprise.*

Keywords: *financial stability, accounting-analysis system, information database management system.*

Постановка проблеми. В сучасних умовах стійкого розвитку підприємства завжди актуальним є ефективне функціонування її обліково-аналітичної системи. Раціональна організація процедур спостереження, збору, контролю, аналізу результатів фінансово-господарської діяльності підприємства здійснюється на всіх рівнях системи управління підприємством і сприяє ефективному використанню його економічного потенціалу, створюючи тим самим передумови для сталого розвитку.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженню проблем облікового забезпечення розвитку підприємства приділяють увагу у своїх працях такі науковці, як П. С. Безруких, С. В. Івахненков, О. Ю. Гусєва, А. П. Колесніков, Л. В. Попова, Т. В. Барановська, П. В. Житний.

Мета дослідження. Метою статті є дослідження обліково-аналітичного забезпечення стійкого розвитку підприємства.

© Горобець О. І., 2015

Виходячи із поставленої мети, основними завданнями є: формування обліково-аналітичного забезпечення сталого розвитку підприємства та можливість використання процесного підходу до її реалізації. Об'єктом дослідження є облікова політика підприємства. Предметом дослідження є складова обліково-аналітичного забезпечення стійкого розвитку підприємства.

У сучасних умовах підприємства ведуть, окрім статистичного, бухгалтерський, податковий і управлінський облік. Останній дає змогу приймати зважені й обґрунтовані управлінські рішення, оскільки ґрунтується на релевантній для забезпечення успішної діяльності і стійкості підприємства інформації.

Фінансова стійкість – це стан підприємства, коли обсяг його майна (активів) достатній для погашення зобов'язань, тобто підприємство платоспроможне. Іншими словами, фінансова стійкість підприємства – це стан, коли вкладені в підприємницьку діяльність ресурси окупаються за рахунок грошових надходжень від господарювання, а отриманий прибуток забезпечує самофінансування та незалежність підприємства від зовнішніх залучених джерел формування активів [1, с. 63].

Забезпечення стійкості розвитку має відповідати не лише умовам динамічної теорії, а й конкретизованим вимогам, а механізм управління стійким розвитком підприємства повинен включати такі елементи: оцінка процесів, що тривають на підприємстві, з погляду його стійкого розвитку; вибір стратегічного напряму сталого розвитку підприємства; визначення додаткових тактичних пріоритетів стійкого розвитку; оцінка стратегічного й тактичного напрямів розвитку з позиції його стійкості [2, с. 97].

Обліково-аналітичне забезпечення стійкого розвитку підприємства передбачає реалізацію таких його функцій, як облік, аналіз і аудит. Вони тісно взаємопов'язані і утворюють обліково-аналітичну систему, що забезпечує керівництво підприємства необхідною інформацією для прийняття управлінських рішень [3, с. 18].

Обліково-аналітична система в широкому сенсі – це система, що базується на бухгалтерській інформації, що включає оперативні дані і використовує для економічного аналізу статистичну, технічну, соціальну та інші види інформації. Тому в широкому плані обліково-аналітична система являє собою збір, обробку та оцінку всіх видів інформації, споживаної для прийняття управлінських рішень на мікро- та макрорівнях [4, с. 207].

Інформація, що стосується різних сфер діяльності підприємства, є на сьогодні найбільш цінним і дорогим із ресурсів підприємства. Оскільки саме інформація про зміни політичної, правової, соціальної, економічної та екологічної ситуації в зовнішньому середовищі підприємства, зміни ринків збуту, науково-технічна та технологічна інформація, що стосується будь-яких аспектів цього бізнесу, нове в методах організації та управління господарською діяльністю підприємства, дозволяє його керівництву своєчасно і адекватно реагувати на перманентні зміни зовнішнього і внутрішнього середовища, планувати та здійснювати діяльність, цілеспрямовану на стійкий розвиток [5, с. 75].

Інформаційний простір є одним із важливих факторів, що впливають на сталий розвиток підприємства, так як важливість інформації за останній час у зв'язку з розвитком сучасних комунікаційних систем значна. Сучасне підприємство пронизують інформаційні потоки. Від того, наскільки ефективні внутрішні потоки інформації на підприємстві, наскільки підприємство здатне визначати процесний підхід обліково-аналітичного забезпечення, приймати та аналізувати інформацію із зовнішнього середовища, залежить його подальший стабільний розвиток.

На основі цього можна виділити ключові моменти процесного підходу до реалізації обліково-аналітичного забезпечення стійкого розвитку підприємства:

– чітка регламентація кожного підпроцеса процесу «Бухгалтерський облік», формування матриці відповідальності суб'єктів;

– ув'язка підпроцесів по входах / виходах для ефективної взаємодії різних процесів у середині підприємства;

– трансформація облікової політики на дієвий інструмент обліково-аналітичного забезпечення стійкого розвитку підприємства шляхом виділення ключових елементів її методичного розділу, властивих активному і пасивному типу облікової політики; коригування плану рахунків підприємства, цілеспрямованість на сталий розвиток тощо [6, с. 204].

На основі окреслених ключових моментів процесного підходу слід визначити такі етапи:

– оперативна оцінка стійкого розвитку підприємства за обліковими даними аналітичного й синтетичного обліку та системи рахунків, що обслуговує напрямки і джерела стійкого економічного розвитку підприємства;

– узагальнення інформації на рахунках стратегічного обліку напрямків і джерел стійкого розвитку підприємства;

– формування управлінської звітності «Стратегічні характеристики стійкого розвитку підприємства» тощо.

Запропонований процесний підхід до реалізації обліково-аналітичного забезпечення відкриває важливі й істотні переваги для стійкого економічного розвитку підприємства.

Висновки. У статті досліджено умови стійкого розвитку підприємства, сформовано обліково-аналітичне забезпечення сталого розвитку, розкрито поняття стійкості та напрямки його застосування.

З метою цілеспрямованого управління процесами розвитку підприємства запропоновано ключові моменти процесного підходу до реалізації обліково-аналітичного забезпечення стійкого розвитку підприємства. Подальші дослідження у цьому напрямку мають забезпечити відповіді на питання практичного застосування окремих елементів механізму обліково-аналітичного забезпечення стійкого розвитку підприємства.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Писарчук О. В.

Література: 1. Гусєва О. Ю. Розвиток підприємства і стратегічні зміни: сутність, принципи, взаємозв'язок / О. Ю. Гусєва // Сталий розвиток економіки. – 2012. – № 6 (16). – С. 85–89. **2.** Колесніков А. П. Засади механізму забезпечення стійкого розвитку підприємств / А. П. Колесніков // Інноваційна економіка. – 2013. – № 3 (41). – С. 97–100. **3.** Попова Л. В. Економічний аналіз / Л. В. Попова, Б. Г. Маслова // Дело и Сервис. – 2013. – 336 с. **4.** Івахненков С. В. Інформаційні технології в організації бухгалтерського обліку та аудиту : навч. посіб. – Київ : Знання, 2006. – 350 с. **5.** Кириченко О. А. Управління фінансово-економічною безпекою / О. А. Кириченко, С. М. Лаптєв, П. Я. Пригунова та ін. – Київ : Дорадо-Друк. 2010. – 480 с. **6.** Каменева Н. А. Информационные ресурсы инновационной деятельности / Н. А. Каменева // РИСК: ресурсы, информация, снабжение, конкуренция. – 2009. – № 2. – С. 118–122.

ОСОБЛИВОСТІ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ В БЮДЖЕТНИХ УСТАНОВАХ І ШЛЯХИ ЙОГО ВДОСКОНАЛЕННЯ

УДК 657:061.1

Гудзенко В. В.

Студент 3 курсу
факультету економіки і права ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Розглянуто особливості бухгалтерського обліку, його значення для державного контролю в бюджетних установах та основні шляхи реформування для забезпечення ефективності облікового процесу в бюджетній сфері держави, правильний розподіл якого забезпечує добробут населення країни.*

Ключові слова: *бухгалтерський облік, бюджетні установи, кошторис, бюджетна політика.*

Аннотация. *Рассмотрены особенности бухгалтерского учета, его значение для государственного контроля в бюджетных учреждениях и основные пути реформирования для обеспечения эффективности учетного процесса в бюджетной сфере государства, правильное распределение которого обеспечивает благосостояние населения страны.*

Ключевые слова: *бухгалтерский учет, бюджетные учреждения, смета, бюджетная политика.*

Annotation. *The article deals with the peculiarities of accounting for the value of state control in budget institutions, and the main reforms to ensure the efficiency of accounting process in the public sector of the state, which ensures proper distribution the welfare of the population.*

Keywords: *accounting, budgetary institutions, estimates, fiscal policy.*

Останнім часом в Україні особливого значення набули організації та установи некомерційної діяльності, через які держава здійснює свої функції. Найбільшу частину з них становлять установи і організації, які повністю або частково утримуються за рахунок коштів державного й місцевих бюджетів та надають послуги в основному нематеріального характеру. Саме тому ця сфера потребує особливої уваги щодо ефективності та раціональності

© Гудзенко В. В., 2015

використання бюджетних коштів. Дослідження основних принципів бюджетного обліку та його певних особливостей сприятиме розробці нових шляхів удосконалення та покращення облікового процесу.

Особливості бухгалтерського обліку в бюджетних установах були розглянуті у працях відомих вітчизняних науковців: М. Т. Білухи, С. Ф. Голова, Р. Т. Джоги, Л. Я. Корецького, С. В. Свірко, С. Я. Зубілевич, О. О. Чечуліної та ін. Проте це питання не втратило актуальності та залишає за собою цілий перелік невирішених проблемних питань, які пов'язані із впливом специфіки діяльності установ на функціонування їх облікової системи.

Метою статті є дослідження особливостей бюджетного обліку та запропонування шляхів його вдосконалення.

Діяльність бюджетних установ передусім спрямована на задоволення соціальних і культурних потреб суспільства та держави. Відповідно до Бюджетного кодексу України бюджетна установа – це заклад, установа чи організація, яка створена органами державної влади та здійснює свою діяльність виключно за рахунок коштів, що надходять із державного чи місцевого бюджетів [1].

Призначення бухгалтерського обліку в бюджетних установах полягає у здійсненні контролю за рухом та ефективністю використання бюджетних коштів. Саме облікова інформація відображає фінансовий стан бюджетної установи. Повнота, вірогідність і своєчасність облікової інформації визначають ефективність управління бюджетною установою.

Ведення бухгалтерського обліку в бюджетних установах регламентуються спеціальними нормативними актами, розробленими для них. В Україні такими нормативними документами є Бюджетний кодекс України і Закон про бухгалтерський облік. Бюджетним кодексом регулюються відносини, що виникають у процесі складання, розгляду, затвердження, виконання бюджетів та розгляду звітів про їх виконання, а Закон про бухгалтерський облік визначає правові засади організації, ведення бухгалтерського обліку та складання фінансової звітності в Україні.

Бухгалтерський облік у бюджетних установах – це система контролю за наявністю та рухом бюджетних і позабюджетних коштів, яка будується на загальноприйнятих принципах, виконує управлінську, контрольну та інформаційну функції, але має певні особливості. До таких особливостей належать [2]:

1) бюджетні установи можуть функціонувати на правах тільки державної чи комунальної форми власності;

2) оскільки бюджетні установи належать до неприбуткових організацій, метою їх діяльності є не отримання прибутку, а надання нематеріальних послуг;

3) майно, яке належить бюджетним установам, є власністю держави. Бюджетні установи розпоряджаються ним на правах оперативного управління;

4) бюджетні установи у процесі надання нематеріальних послуг здійснюють видатки, які за економічним змістом відрізняються від витрат суб'єктів підприємницької діяльності;

5) діяльність цих установ фінансується за рахунок коштів державного або місцевих бюджетів, які надаються їм безповоротно;

6) бюджетні установи отримують фінансове забезпечення тільки з бюджету одного рівня;

7) фінансовий стан бюджетних установ визначається своєчасністю і повнотою надходження асигнувань із відповідних бюджетів чи оплатою рахунків згідно із прийнятими зобов'язаннями.

Невід'ємною частиною державного регулювання є контроль за правильністю ведення бухгалтерського обліку в бюджетних установах. Такий контроль розглядається як сукупність заходів, що проводяться державними органами з перевірки доцільності та ефективності дій у розподілі та використанні грошових фондів України, суб'єктів і місцевих органів самоврядування, виявленні резервів збільшення надходжень доходів до бюджету. Добре поставлений бухгалтерський облік дозволяє не тільки виявити приховані резерви, порушення режиму економії планової та фінансово-бюджетної дисципліни, а й попереджати і вчасно усувати можливі втрати та необґрунтовані витрати.

Для забезпечення ефективності облікового процесу у бюджетній сфері необхідно удосконалювати національні стандарти бюджетного обліку, враховуючи усі особливості цієї сфери обліку. Основними напрямками вдосконалення можуть бути:

1) приведення чинного законодавства України у відповідність із міжнародними стандартами. Реформа бухгалтерського обліку неможлива без змін у законодавстві, тобто реформування системи бухгалтерського обліку має здійснюватися разом із відповідними змінами у суміжних галузях законодавства;

2) перехід українського бухгалтерського обліку на міжнародні стандарти. Це дасть змогу ефективніше співпрацювати з іноземними фахівцями. Основним кроком цього напрямку реформування є розробка нових й уточнення раніше затверджених положень по бухгалтерському обліку, впровадження їх у практику [3];

3) підвищення ефективності діяльності кадрів. Перехід національної системи бухгалтерського обліку на міжнародні стандарти містить у собі відповідні зміни в роботі з підготовки й підвищення кваліфікації фахівців бухгалтерського обліку. Налагодження міжнародного співробітництва зумовлює необхідність створення та запровадження довгострокової програми міжнародного співробітництва з підготовки, перепідготовки та підвищення кваліфікації кадрів;

4) формування нової методологічної концепції. Міжнародні стандарти стають дедалі більше досконалими та завершеними. Багато країн світу приймають Міжнародні стандарти бухгалтерського обліку як закон для оновлення своєї системи обліку та наближення її до найкращої світової практики [4];

5) удосконалення системи фінансової звітності та звітності про виконання бюджетів – передбачає удосконалення методології складання форм звітності, запровадження нових форм, удосконалення методів складання фінансової звітності та звітності про виконання бюджетів із використанням сучасних інформаційних технологій;

6) створення уніфікованої організаційної та інформаційної облікової системи – адаптування бюджетної системи, що створена на засадах програмно-цільового методу, до нових методологічних принципів системи бухгалтерського обліку, модернізування фінансово-бухгалтерської служби, посилення контролю за дотриманням єдиних правил ведення бухгалтерського обліку і складання звітності [5].

Під час проведеного дослідження зазначено, що сучасні умови функціонування бюджетної системи України характеризуються наявністю ряду проблемних питань в організації бухгалтерського обліку в бюджетних установах. Зазначені шляхи удосконалення бюджетного обліку частково забезпечать чітку організацію формування та ведення облікової політики, а також регулювання державної дисципліни в усіх органах управління, що сприятиме раціональному й ефективному використанню бюджетних коштів. Це питання потребує більш детального вивчення та доповнення.

Науковий керівник – старший викладач Андрющенко В. О.

Література: 1. Бюджетний кодекс України [Електронний ресурс] : Закон України від 08.07.2010 № 2456-VI. – Режим доступу : http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/2456-17. **2.** Джога Р. Облік у бюджетних установах: основи побудови, нормативна база, реформування / Р. Джога // Бухгалтерський облік і аудит. – 2011. – № 8. – С. 26–36 **3.** Сушко Н. Реформування бухгалтерського обліку в державному секторі триває / Н. Сушко // Бухгалтерський облік і аудит. – 2012. – № 8. – С. 22–27. **4.** Прохорова О. С. Напрями реформування обліку і контролю в бюджетних установах / О. С. Прохорова // Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу. – 2011. – № 3. – С. 224–229. **5.** Марценяк Н. О. Реформування бухгалтерського обліку бюджетних установ: проблеми та перспективи / Н. О. Марценяк // Науковий вісник БДФА. – 2010. – № 4. – С. 346–351.

МЕЖДУНАРОДНЫЙ УЧЕТ ЗАТРАТ НА ПРОИЗВОДСТВО

УДК 657.21:005.336.4-027.543

Гузей Л.

Студент 3 курса
факультета международных экономических отношений ХНЭУ им. С. Кузнеца

Аннотация. *Определены основные проблемы интеграции экономики Украины в мировую экономическую систему, а также предложены пути решения проблем и выявлено значение интеграционных процессов для экономики Украины. Раскрыты особенности взаимодействия отечественной экономики с мировым хозяйством.*

Ключевые слова: *затраты, учет затрат на производство, контроллинг, директ-костинг, АВ-костинг.*

Анотація. *Розкрито сутність поняття «витрати», а також наведено їх класифікацію. Розглянуто світовий досвід обліку витрат на виробництва, а також його особливості на європейській і британо-амери-*

© Гузей Л., 2015

канської моделях бухгалтерського обліку. Наведено методи обліку витрат і калькулювання собівартості продукції, дано їх коротку характеристику.

Ключові слова: *витрати, облік витрат на виробництво, контролінг, директ-костинг, АВ-костинг.*

Annotation. *The essence of the concept of «costs», as well as their classification. Considered the world experience of cost accounting for production as well as its features on the European and Anglo-American model of accounting. The methods of cost accounting and calculation of production costs, given their brief description.*

Keywords: *costs, cost accounting for manufacturing, controlling, direct costing, AB-costing.*

Расходы являются одной из важнейших экономических категорий, отражающей информацию, необходимую для формирования цены на изготовленный продукт, обеспечение и рост прибыли предприятия, принятие эффективных управленческих решений. Действующая система управления затратами является залогом успешного функционирования любого предприятия. Управление затратами предусматривает реализацию различных функций, систем и методов управления.

Теоретические и практические аспекты учета затрат исследуются многими учеными, такими как: Д. А. Статкевич, Ф. Ф. Бутинец, В. В. Сопко, М. Р. Лучко и др. Остается нерешенным в теоретическом обосновании и практическом решении комплекс задач по модификации порядка учета затрат и калькулирования себестоимости продукции.

Целью статьи является исследование опыта зарубежной практики и современных методик, а также ведения учета затрат на производство и пути его усовершенствования.

Предметом исследования являются теоретические и практические проблемы совершенствования системы учета затрат на производство и калькулирования себестоимости продукции.

Объектом исследования являются предприятия и организации, занимающиеся производственной деятельностью.

В практике зарубежных стран учет затрат на создание продукции – часть управленческого учета, позволяющий выполнять функции данного вида учета с целью улучшения ее финансовых результатов. В украинской же практике учет затрат на производство продукции считается частью системы бухгалтерского учета.

В мировой практике учета расходы текущего периода принято называть в зависимости от их характера затратами или убытками.

Для расходов, уплаченных авансом (расходов будущих периодов), используют термин «расходы», или «активы». Делают это для того, чтобы разграничить понятия будущих и текущих расходов [1].

Термин «расходы» употребляется в МСФО, когда речь идет о накоплении потраченных ресурсов, прибыль от которых будет получена в дальнейшем. Они представляют собой стоимостную оценку используемых ресурсов. В отчетности они отражаются в составе активов фирмы к такому этапу, когда они будут признаны расходами или убытками.

В МСФО под затратами понимают снижение экономических выгод за отчетный период, которое выражается в уменьшении или потере активов, или увеличении обязательств, приводящих к уменьшению капитала.

Главное же внимание обращается на распределение потерь между отдельными видами изделий. Во многих случаях нераспределенные издержки относятся на общий итог – прибыль.

Рассмотрим международный опыт учета затрат на производство на основных моделях бухгалтерского учета.

Что касается британо-американской модели, то большая часть промышленных предприятий государств данной группы использует интегрированную систему учета, которая предусматривает получение информации для внешних и внутренних пользователей в пределах одной системы счетов.

Для учета расходов предприятия в британо-американской системе учета используют такие счета, как «Производство», «Затраты на сбыт», «Производственные накладные расходы» и «Общие административные расходы». На счетах «Производство» и «Производственные накладные расходы» отображаются затраты, которые связаны непосредственно с производством.

Объединение данных согласно статьям расходов, видам продукции осуществляется при помощи соответствующей компании по аналитическому учету.

Для европейской модели учета свойственно выделение двух автономных систем счетов для целей финансового учета и управленческого учета.

В системе счетов финансового учета осуществляется периодический учет запасов, затраты группируются по элементам (материалы, зарплата, амортизация и т. п.), а доходы – по видам деятельности (основная, финансовая, чрезвычайная), отображаются расчеты с дебиторами и кредиторами, определяется общий финансовый результат.

В системе счетов управленческого учета ведется постоянный учет запасов, осуществляется калькулирование себестоимости продукции и учет по центрам ответственности, определяется финансовый результат основной деятельности предприятия.

Счета финансового и управленческого учета не корреспондируют между собой. Взаимосвязь между ними достигается с помощью специальных (отображающих) счетов («Отображенные запасы», «Отображенные закупки», «Отображенные затраты» и т. п.). На эти счета бессистемно (без бухгалтерских записей) переносятся данные финансового учета об элементах затрат и запасах, которые потом перегруппировываются для целей управленческого учета [2, с. 73].

В Соединенных Штатах Америки отсутствует единая система классификации производства. В промышленности их классификация зависит от информации, которая необходима менеджеру.

Затраты на производство в американских фирмах классифицируются по нескольким признакам:

1. В зависимости от экономического содержания: основные и накладные;
2. В зависимости от способа отнесения: прямые и косвенные;
3. В зависимости от изменения объема выпущенной продукции или продажи: сменные и постоянные;
4. В зависимости от метода списания: затраты определенного периода и затраты на изделия;
5. В зависимости от сроков возникновения: фактические прошлые затраты и сметные будущие затраты;
6. С позиции управленческой функции: производственные затраты, затраты, связанные с реализацией продукции, административные затраты;
7. По местам возникновения: центры затрат или зоны ответственности;
8. По признакам целесообразности: производственные затраты целесообразные (релевантные) и нецелесообразные (нерелевантные).

В американских фирмах применяют преимущественно два метода учета производственных затрат и калькуляции себестоимости продукции: метод учета затрат по заказам (позаказный) и метод учета затрат по процессам (попроцессный).

Обе системы учета затрат на производство, которые применяются в промышленных фирмах США, по своим функциям значительно шире, чем методы учета затрат в Украине, поскольку рядом с учетом затрат и вычислением себестоимости единицы продукции они включают также контрольную и аналитическую функции по статьям затрат производства.

Независимо от метода учета для каждого калькуляционного объекта открывается аналитический учет, и затраты на производство связывают непосредственно с каждым заказом [3, с. 312].

В Германии, например, широко используется такой метод учета затрат и калькулирования себестоимости продукции (работ, услуг), как контроллинг. В организации существует служба контроллинга, в которую поступает информация из бухгалтерии, плановой и финансовой служб. На основании проведенных расчетов главный контроллер предлагает руководству организации рекомендации по сокращению затрат и увеличению прибыли и сбыта продукции.

Систему сокращенной себестоимости «Direct-costing» еще называют «variable-costing», что означает «учет переменных расходов». В каждой стране данная система называется по-разному. В Германии и Австрии для обозначения метода «Direct-costing» используют термины «Teilkostenrechnung» или «Grenzkostenrechnung», то есть учет частичных, или предельных издержек, или «Deckungsbeitragsrechnung» – учет суммы покрытия. В Великобритании «Direct-costing» называют еще «marginal-costing» – учет маржинальных затрат. А во Франции «La Comptabilite» – маржинальный учет [4].

Большую популярность на предприятиях Европы и Америки получил метод АВС (АВ-костинг). Данный метод позволяет установить наиболее важные ресурсы фирмы с точки зрения валовых продаж, а также валовой прибыли.

АВС-анализ можно считать одним из наиболее перспективных, так как он позволяет качественно управлять расходами фирмы. Но также можно выделить недостатки в этом анализе – трудоемкость и сложность.

Таким образом, учет затрат на производство и калькулирование себестоимости продукции являются двумя взаимосвязанными процессами. Рассмотрев международный опыт учета затрат на производство, можем подытожить, что за рубежом используют прогрессивные методы калькулирования себестоимости продукции.

Научный руководитель – канд. экон. наук, доцент Часовникова Ю. С.

Литература: 1. Зубарева О. А. Учет затрат на производство [Электронный ресурс] / О. А. Зубарева. – Режим доступа : http://www.buhgalt.ru/ftpgetfile.php?id=480. **2.** Бухгалтерский учет: концептуальные основы теории: науч.-практ. пособие / Под ред. В. В. Сопко. – Киев : Профессионал, 2004. – 180 с. **3.** Лучко М. Р. Бухгалтерский учет в зарубежный странах : науч.-практ. пособие / М. Р. Лучко. – Киев : Знания, 2006. – 440 с. **4.** Статкевич Д. А. Отечественная и зарубежная системы учета производственных затрат [Электронный ресурс] / Д. А. Статкевич, Н. О. Шуппо. – Режим доступа : http://media.miu.by/files/store/items/uses/xviii/mim_uses_xviii_04016.pdf.

УПРАВЛІННЯ ІМІДЖЕМ ПІДПРИЄМСТВА

УДК 339.138: 659.4.011

Давидович В. О.

Студент 3 курсу
факультету обліку і аудиту ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Розглянуто теоретичні основи іміджу підприємства, управління іміджем та структуру іміджу. Проаналізовано формування та управління іміджем підприємства. Розглянуто ключові типи завдань, що спрямовані на вивчення використання комунікацій іміджу підприємства.*

Ключові слова: *імідж, комунікаційний інструментарій, репутація, управління.*

Аннотация. *Рассмотрены теоретические основы имиджа предприятия, управления имиджем и структура имиджа. Проанализировано формирование и управление имиджем предприятия. Рассмотрены ключевые типы задач, направленные на изучение использования коммуникаций имиджа предприятия.*

Ключевые слова: *имидж, коммуникационный инструментарий, репутация, управление.*

Annotation. *The article deals with the theoretical foundations of the company's image, image management and structure of the image. Analyzed the formation and management of the company's image. Address key types of tasks aimed at studying the use of communications company image.*

Keywords: *image, communication tools, reputation, management.*

Імідж підприємства відіграє важливу роль у діяльності будь-якого підприємства. Від образу підприємства, від того, як ставляться до нього споживачі, партнери, залежать обсяги збуту, а отже, й отриманий прибуток. Позитивний імідж – це важливий фактор ефективного управління. Питанням корпоративного іміджу приділяється багато уваги з боку науковців, економістів, маркетологів та журналістів. Позитивний імідж підприємства зміцнює його конкурентоспроможність, приваблює споживачів та партнерів, збільшує об'єм продаж.

У науковий обіг поняття «імідж» було введено на початку 60-х років XX сторіччя. Імідж походить від латинського слова imago – образ, яке пов'язане з іншою лексемою – imitari, тобто імітувати. На сьогодні в літературі можна зустріти безліч визначень поняття «імідж організації», «корпоративний імідж», «імідж фірми» [2].

Таблиця 1

Визначення поняття «імідж»

Автор	Визначення
1	2
Феофанов О. А. [5]	імідж – образ, що наділяє явище характеристиками, що лежать за межами його реальної суті, за межами тієї якісної визначеності, яка розкривається у практиці безпосередньої взаємодії

© Давидович В. О., 2015

Закінчення табл. 1

1	2
Косолапов Н. А. [6]	імідж – це штучно створений для широкої публіки образ, який не має нічого спільного з істинною натурою
Шепель В. М. [7]	імідж – це образ, тобто та форма життєпроявлення, завдяки якій «на люди» виставляються сильнодіючі характеристики
Томілова М. В. [5]	імідж – це цілісне сприйняття (розуміння й оцінка) організації різними групами громадськості, що формується на основі зберігання в їх пам'яті інформації про різні сторони діяльності організації
Почепцов Г. Г. [9]	імідж – найбільш економний спосіб породження і розпізнавання складної соціальної дійсності; як результат обробки інформації; як згорнутий текст; як комунікативна одиниця, за допомогою якої можна працювати з масовою свідомістю
Федоркіна А. П., Ромашкіна Р. Ф.	імідж – це символічне переломлення мого «Я» у свідомості оточуючих
Котлер Ф., Келлер К. Л. [10]	імідж (або образ) – це сприйняття компанії або її товарів суспільством
Чумікова А. Н., Бочарова М. П [11]	імідж – це заявлена (ідеальна) позиція, тобто така, яку персона або організація спланували і мають намір просувати в цільові групи
Годин А. М. [9]	імідж – це «обличчя фірми» у «дзеркалі громадської думки», тобто сформоване уявлення цільової аудиторії про діяльність та успіхи підприємства (фірми, компанії), яке надає здійснює динамічний вплив на взаємовідносини підприємства (фірми, компанії) з його реальними та потенційними клієнтами, його конкурентоспроможність, фінансові результати та контакти з державними установами
Мозолін А. В. [10].	імідж – віртуальний набір оціночних характеристик, які маються у свідомості людей щодо певного об'єкта
Семенова А. К. [11]	імідж – це навмисне спроектований в інтересах підприємства, що ґрунтується на особливостях діяльності, внутрішніх закономірностях, властивостях, перевагах, якостях і характеристиках образ, який цілеспрямовано входить у свідомість (підсвідомість) цільової аудиторії, відповідає її очікуванням і вирізняє компанію від аналогічних
Сазоненко В. О. [2]	імідж – це позитивний образ будь-якої фірми, що формує стабільну конкурентну перевагу через створення загального образу, репутації, думки громадськості, споживачів і партнерів про престиж підприємства, його товари та послуги, післяпродажний сервіс
Альошина І. В. [12]	імідж – це образ організації в уявленні суспільних груп. Позитивний імідж підвищує конкурентоспроможність підприємства на ринку. Він приваблює клієнтів та партнерів. Полегшує доступ організації до ресурсів (фінансових, інформаційних, людських, матеріальних)

Проаналізувавши таблицю, можна сказати, що до визначення іміджу є різні підходи: імідж – це цілісне сприйняття чи заявлена позиція, але більшість авторів стверджують, що імідж – це образ.

Отже, імідж підприємства – образ підприємства, який може створюватися без стороннього втручання або за допомогою спеціальних методів, технологій, технік, які впливають на ставлення контактних аудиторій. Різні автори виділяють різний набір характеристик іміджу організації.

Таблиця 2

Характеристики (аспекти) іміджу організації

Автор	Характеристики іміджу
Тітов С. А. [1]	емоційний і раціональний
Шкардун В. Д., Ахмятова Т. М. [13]	імідж підприємства у споживачів; бізнес – імідж підприємства; соціальний імідж підприємства; імідж підприємства для держструктур; внутрішній імідж підприємства
Шенфельда К. [16]	імідж товару; імідж управлінський і фінансовий; імідж громадський; імідж корпорації як роботодавця
Томілова М. В. [8]	інформація про різні сторони діяльності організації
Почепцов Г. Г. [9]	комунікативна одиниця, за допомогою якої можна працювати з масовою свідомістю
Годин А. М. [9]	діяльність та успіхи підприємства, що здійснює постійний і динамічний вплив на взаємовідносини підприємства з його реальними та потенційними клієнтами, його конкурентоспроможність, фінансові результати та контакти з державними установами
Мозолін А. В. [13]	оціночні характеристики
Сизоненко В. О. [3]	репутація, думка громадськості, споживачів і партнерів, післяпродажний сервіс

Можна виділити п'ять ключових типів завдань, спрямованих на вивчення використання комунікацій [17]:

1. Аналіз та оцінка сприйняття і ставлення до цільової аудиторії. Основний масив інформації про ставлення цільової аудиторії ми отримуємо під час проведення репутаційного аудиту. Репутаційний аудит – перший крок

створення PR-стратегії. Він дозволяє зрозуміти, як сприймають компанію всі аудиторії, чия думка важлива для розвитку бізнесу – ЗМІ, партнери, акціонери, споживачі, ринкові аналітики та експерти, урядові організації та постачальники. Репутаційний аудит дозволяє нам зрозуміти відстань між реальним та бажаним образом компанії та підібрати відповідні PR-інструменти для побудови образу.

2. Аналіз змістовного образу компанії, сформованого в публічному просторі. Аналіз іміджу проводиться за допомогою вивчення матеріалів публічного поля (засобів масової інформації, блогосфери), завдяки чому не тільки виявляються ключові змістовні та оціночні характеристики компанії, але і думки журналістського співтовариства й авторитетних блогерів.

3. Аналіз використовуваного компанією комунікаційного інструментарію (аналіз обраних каналів комунікацій, форматів сповіщень і способів взаємодії з медіа-спільнотою). Ці завдання вирішуються як під час аналізу публічного простору, так і в процесі аудиту правил розповсюдження інформації, прийнятих у компанії.

4. Аналіз внутрішніх процесів у компанії, спрямований на взаємодію з публічним полем (оцінка формалізованих правил комунікації, наприклад, узгодження виходу в публічний простір інформації між підрозділами). Такий аналіз проводиться під час опитувань представників компанії і вивчення внутрішньої документації.

5. Аналіз комунікаційної стратегії – як з точки зору ідеологічної та смислової насиченості, так і з точки зору виявлення ключових показників діяльності комунікаційних підрозділів.

Управління іміджем – це заплановане, спрямоване подання інформації з прогнозованими наслідками реагування цільової аудиторії на цю інформацію. Йдеться про повністю кероване подання такої інформації, що гарантовано забезпечить заздалегідь передбачувану реакцію споживачів. Іншими словами, це специфічне виробництво і подання інформації із заздалегідь очікуваним результатом її впливу.

Процес управління є сукупністю цілеспрямованих дій суб'єктів управління щодо встановлення зв'язків з об'єктом управління, спрямованих на досягнення спільних цілей. Отже, у системі відбуваються зміни. «Ці зміни повинні вибудовуватися у потік, що бере енергію мети і задуму, яку акумулює суб'єкт управління і перетворює її на вплив, який узгоджує спільну роботу» [17].

На підставі цього можна стверджувати, що управління – це процес взаємодії домінуючої підсистеми з іншими елементами системи для досягнення визначеної мети. У системі елементи виконують різні функції.

У сучасній літературі виділяють чотири функції управління: планування, організація, мотивація, контроль.

Ефективне формування іміджу організації – це цілеспрямована робота, кероване подання інформації із заздалегідь очікуваним результатом її впливу. Інформація повинна доводитись до аудиторії усіма каналами маркетингових комунікацій. До основних інструментів маркетингових комунікацій належать: реклама, пропаганда, паблік рілейшнз, директ-маркетинг, стимулювання збуту тощо. Кожна зі складових системи маркетингових комунікацій має свої особливості, але усі вони доповнюють одна одну, створюючи єдиний комплекс.

Науковий керівник – викладач Корчагіна Г. А.

Література: 1. Титов С. А. Стратегия формирования и методы оценки имиджа предпринимательской структуры : дис. … канд. экон. наук : 08.00.05 / Титов Сергей Александрович. 2004. – 192 с. **2.** Сизоненко В. О. Сучасне підприємництво : довідник / В. О. Сизоненко. – Київ : Знання-Прес, 2007. – 440 с. **3.** Швальбе Х. Практика маркетинга для малых и средних предприятий / Х. Швальбе. – М. : Республика, 1995. – 317 с. – С. 69–70. **4.** Шепель В. М. Имиджелогия; секреты личного обаяния / В. М Шепель. – М. : Феникс, 1994. – С. 142–143. **5.** Томилова М. В. Модель имиджа организации / М. В. Томилова // Маркетинг в России и за рубежом. – 1998. – № 1. – С. 51–58. **6.** Годин А. М. Брендинг : учеб. пособие / А. М. Годин. – М. : Дашков и К°, 2012. – 184 с. **7.** Мозолин А. В. Методика анализа имиджа и его положения в информационном пространстве / А. В. Мозолин. – Екатеринбург : АМБ, 2004. – 44 с. **8.** Семенов А. К. Психология и этика менеджмента и бизнеса / А. К. Семенов, Е. Л. Маслова. – М. : Маркетинг, 1999. – 200 с. **9.** Алешина И. В. Рост значимости имиджа в деятельности организации [Електронний ресурс] / И. В. Алешина. – Режим доступу : http://www. unikcom.ru. **10.** Шкардун В. Д. Оценка и формирование корпоративного имиджа предприятия / В. Д. Шкардун, Т. М. Ахмятов // Маркетинг в России и за рубежом. – 2001. – № 3. – С. 68–77. **11.** Васильева О. Анализ имиджа компании /О. Васильева // Пресс- служба. – 2012. – № 10. – С. 54–56. **12.** Іванова М. І. PR-консалтинг - запорука позитивного іміджу [Електронний ресурс] / М. І. Іванова – Режим доступу : http://intkonf.org/ivanova-mi-naukoviy-kerivnik-ktn-dots-kovalenko-oo-pr-konsalting-zaporuka-pozitivnogo-imidzhu. **13.** Іванова І. В. Професіоналізація менеджменту : монографія / І. В. Іванова. – Київ : КНТЕУ. – 695 с. **14.** Примак Т. О. Маркетингові комунікації : навч. посіб. / Т. О. Примак. – Київ : Ельга, Ніка-Центр, 2003. – 280 с.

ПОРІВНЯЛЬНИЙ АНАЛІЗ МЕТОДІВ ОЦІНКИ ВИРОБНИЧОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

УДК 658.5

Діброва С. С.

Магістрант 2 року навчання
факультету економіки і права ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Розглянуто теоретичні аспекти оцінки виробничого потенціалу підприємства. Визначено методи оцінки виробничого потенціалу підприємства, переваги та недоліки методів оцінки виробничого потенціалу підприємства, визначено найкращий метод для сільськогосподарських підприємств.*

Ключові слова: *виробничій потенціал, методи, оцінки виробничого потенціалу, динаміка виробничого потенціалу, структура виробничого потенціалу, поелементний підхід.*

Аннотация. *Рассмотрены теоретические аспекты оценки производственного потенциала предприятия. Определены методы оценки производственного потенциала предприятия, преимущества и недостатки методов оценки производственного потенциала предприятия, определен наилучший метод для сельскохозяйственных предприятий.*

Ключевые слова: *производственный потенциал, методы, оценки производственного потенциала, динамика производственного потенциала структура производственного потенциала, поэлементный подход.*

Annotation. *Considered he theoretical aspects of assessing the production potential of enterprises, defined methods to assess the production potential of the company, the advantages and disadvantages of methods to assess the production potential of the company, determine the best method for farmers.*

Keywords: *production potential, methods, evaluation of industrial potential, the dynamics of the productive capacity of the productive capacity of the structure, piecemeal approach.*

Проблема вимірювання величини виробничого потенціалу досить важлива як у теоретичному, так і практичному плані. Знання виробничих потенціалів підприємств дозволяє визначити сумарний потенціал галузі й народного господарства, створює основу для забезпечення спряженості суміжних підприємств і виробництв. Значення виробничих потенціалів підприємств необхідні для виявлення витрат виробничих ресурсів (величин його елементів), що вимагаються для оптимізації національно-господарських або галузевих темпів і пропорцій розвитку, визначення напрямів інвестиційної політики. Величина виробничого потенціалу являє собою характеристику матеріальних умов відновлення продукції і підвищення її якості, а також може бути основою для прогнозування обсягів промислового виробництва.

Під виробничим потенціалом розуміється той обсяг робіт у наведених одиницях виміру витрат праці (нормогодини), що може бути виконаний протягом деякого періоду часу основними виробничими робітниками на базі наявних виробничих фондів при дво-, тризмінному режимі роботи й оптимальній організації праці та виробництва, тобто виробничий потенціал є динамічною і складною системою і залежить від руху його складових [3].

Вагомий внесок до оцінки виробничого потенціалу підприємства зробили такі вчені, як Воронкова А. Е. [1], Дейнеко Л. В. [2], Донец Ю. Ю. [3], Іщук С. О. [4], Кіндзерський Ю. В. [5], Федонин О. С. [6]. Хоча існує маса значних наукових праць у сфері оцінки виробничого потенціалу, однак деякі питання залишаються не повною мірою розкрито.

Метою статті є дослідження та виявлення переваг та недоліків різних методів оцінки виробничого потенціалу підприємства.

Провівши дослідження [6], визначено, що існують такі методи оцінки виробничого потенціалу підприємства: груповий метод, оцінка виробничого потенціалу за підходом Козаченка, оцінювання виробничого потенціалу підприємства на підставі аналізу рівня ефективного використання структурних робочих місць, вимірювання величини виробничого потенціалу підприємства на базі поелементного підходу, оцінювання ефективності використання основних елементів виробничого потенціалу підприємства. В таблиці приведено порівняльну характеристику методів (табл. 1).

Оскільки елементи виробничого потенціалу підприємства завжди «працюють» разом, то можливе як їхнє спільне вимірювання, так і відособлене. Спільна оцінка елементів відразу ж дозволяє визначити величину потенціалу. Найбільш уніфікованим і універсальним вимірником елементів виробничого потенціалу, практика це підтверджує, є їхня ціна або вартість. Порівнянність показників потенціалу у грошовій оцінці в часі й просторі дозволяє виявити динаміку та структуру виробничих потенціалів підприємств і територіальних утворень, розходження

© Діброва С. С., 2015

та тенденції їхньої диференціації за цим показником, а також за ефективністю використання виробничого потенціалу. У цьому випадку сума вартостей елементів буде характеризувати величину всього виробничого потенціалу підприємства. Таким чином, визначення величини потенціалу пов'язане насамперед із оцінюванням вартості його елементів.

Таблиця 1

Аналіз методів оцінки виробничого потенціалу підприємства

Назва методу	Переваги	Недоліки
Груповий метод	Такий підхід не тільки стверджує, що потенціал являє собою сукупність виробничих ресурсів цільового призначення, а й робить очевидною методику оцінки його величини як суму фізичних значень складових елементів	1) Не достатньо повно характеризує виробничий потенціал, адже не враховуються такі складові, як технологія та інформованість 2) Не дає уявлення про розміри окремих його елементів і тим самим позбавляє можливостей підвищити ефективність формування й використання виробничого потенціалу за рахунок маневрування його структурою
Оцінка виробничого потенціалу за підходом Козаченка	Дає комплексну характеристику рівню виробничого потенціалу підприємства	1) Складність розрахунків, громіздкість формул і велика кількість даних 2) Агрегування різних якісних характеристик стає можливим лише в тому випадку, якщо вдається знайти який-небудь загальний принцип оцінки, вимірювання
Оцінювання виробничого потенціалу підприємства на підставі аналізу рівня ефективного використання структурних робочих місць	Дає змогу порівняти виробничі потенціали дільниць, цехів, підрозділів	1) Необхідність розрахунку потенціалів дільниць і структурних робочих місць, що ускладнює процес оцінки виробничого потенціалу
Вимірювання величини виробничого потенціалу підприємства на базі поелементного підходу	Визначення величини потенціалу ґрунтується на оцінюванні вартості його елементів, що є найбільш уніфікованим і універсальним методом. Простота розрахунків. Показує виробничий потенціал кожного елементу. Дає змогу більш об'єктивно визначити напрямки оптимізації структури потенціалу та шляхи його подальшого нарощування	1) Не достатньо повно характеризує виробничий потенціал, адже не враховуються матеріальна складова 2) Неможливість оцінити за допомогою одного кількісного показника склад і якість кожного елемента 3) Можливість похибки в оцінці значень елементів зумовлена наявністю взаємозв'язків між ними
Оцінювання ефективності використання основних елементів виробничого потенціалу підприємства	Простота розрахунків. Дає змогу більш об'єктивно визначити напрямки оптимізації структури потенціалу та шляхи його подальшого нарощування	1) Не достатньо повно характеризує виробничий потенціал, адже не враховується матеріальна складова

Узагальнено автором на основі літературних джерел [5; 6]

Проаналізувавши методи оцінки виробничого потенціалу можна дійти висновку, що найкраще для сільськогосподарських підприємств – використовувати метод вимірювання величини виробничого потенціалу підприємства на базі поелементного підходу, тому що в цьому методі можливо розрахувати виробничий потенціал кожного елемента, також він дає змогу більш об'єктивно визначити напрямки оптимізації структури потенціалу та шляхи його подальшого нарощування.

У подальшому дослідженні автор планує зосередитись на особливостях даних методів для підприємств інших галузей.

Науковий керівник – докт. екон. наук, професор Гонтарева І. В.

Література: 1. Воронкова, А. Е. Потенціал підприємства як основа його довгострокового розвитку // Актуальні проблеми економіки. – 2009. – № 4. – 2009. – С. 77–84. **2.** Дейнеко Л. В. Ефективність використання виробничого потенціалу / Л. В. Дейнеко, Е. І. Шелудько. – Київ : Ін-т екон. та прогнозування НАНУ, 2013. – 120 с. **3.** Донец Ю. Ю. Ефективність використання виробничого потенціалу. – Київ : Знання, 2008. – 123 с. **4.** Іщук С. О. Виробничий потенціал підприємств: проблеми формування і розвитку / С. О. Іщук. – Львів : ІРД, 2007. – 278 с. **5.** Кіндзерський Ю. В. Потенціал розвитку підприємств / За ред. Ю. В. Кіндзерського. – Київ : Ін-т екон. та прогнозування, 2009. – 928 с. **6.** Федонін О. С. Потенціал підприємства: формування та оцінка : навч. посіб. / О. С. Федонін, І. М. Рєпіна. – Київ : КНЕУ, 2007. – 453 с.

ПРОБЛЕМЫ ВЕДЕНИЯ И РЕГУЛИРОВАНИЯ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА В УКРАИНЕ

УДК 657. 1

Духняк Т. А.

Студент 3 курса
факультета экономики и права ХНЭУ им. С. Кузнеца

Аннотация. *Рассмотрены вопросы, связанные с ведением и регулированием бухгалтерского учета в системе хозяйственных отношений и экономики в целом. Особое внимание уделено проблемам, которые возникают в законодательных актах, регулирующих организацию бухгалтерского учета в Украине.*

Ключевые слова: *экономика, бухгалтерский учет, государственное регулирование, финансовая отчетность, международные стандарты, законодательство, нормативно-правовые акты.*

Анотація. *Розглянуто питання, пов'язані з веденням і регулюванням бухгалтерського обліку в системі господарських відносин та економіки в цілому. Особливу увагу приділено проблемам, що виникають у законодавчих актах, які регулюють організацію бухгалтерського обліку в Україні.*

Ключові слова: *економіка, бухгалтерський облік, державне регулювання, фінансова звітність, міжнародні стандарти, законодавство, нормативно-правові акти.*

Annotation. *This article discusses issues related to the conduct and management accounting in the system of economic relations and the economy as a whole. Particular attention is paid to the problems that arise in the legislation governing the organization of accounting in Ukraine.*

Keywords: *economics, accounting, government regulation, the financial statements, the international standards, legislation, regulations.*

Реформы, которые осуществляются в нашей стране, призваны изменить характер участия государства в хозяйственной деятельности, создать экономические условия для обеспечения высокой деловой активности. Государственное регулирование экономики должно создать такую хозяйственную систему, которая бы ориентировалась на выбор наиболее эффективных вариантов использования действенных факторов производства и обеспечения благоприятных социально-экономических условий жизнедеятельности.

Значительный вклад в разработку теоретических аспектов ведения и регулирования бухгалтерского учета внесли отечественные ученые. Об этом свидетельствуют многочисленные работы таких ученых, как: С. А. Андрющенко, П. Е. Житный, В. М. Пархоменко, И. М. Щирба, В. М. Жук, Г. Г. Кирейцев, О. О. Концуров, М. С. Пушкар, Л. Г. Ловинская, С. Ф. Голова др.

Целью статьи является анализ особенностей ведения и регулирования бухгалтерского учета в Украине, а также определение основних проблем, возникающих в нормативно-правовых актах, которые регулируют бухгалтерский учет.

Государственное регулирование – это почти все функции государства, связанные с экономической и экономико-социальной деятельностью и вызванные обеспечить условия функционирования рыночной экономической системы [1].

Государственное регулирование бухгалтерского учета и финансовой отчетности в Украине осуществляется с целью:

– создания единых правил ведения бухгалтерского учета и составления финансовой отчетности, которые являются обязательными для всех предприятий и гарантируют, а также защищают интересы пользователей;

– совершенствования бухгалтерского учета и финансовой отчетности [2].

Государство создает единые правила ведения бухгалтерского учета и составления финансовой отчетности, а выполнение этих установленных единых правил является обязательным для всех предприятий. Выполнение установленных правил ведения бухгалтерского учета обеспечивает пользователям отчетности возможность восприятия информации, приведенной в финансовой отчетности различных предприятий, без дополнительного изучения особенностей предприятия.

Основными законодательными актами, регулирующими организацию бухгалтерского учета, являются Закон Украины «Про бухгалтерский учет и финансовую отчетность в Украине», Положения (стандарты) бухгалтерского учета в Украине (П(С)БУ), Налоговый Кодекс, а также неизмеримое множество писем и разъяснений контролирующих органов. В ряде случаев предприятие самостоятельно определяет целесообразность примене-

© Духняк Т. А., 2015

ния Международных стандартов финансовой отчетности (МСФО) (кроме случаев, когда МСФО определено законодательно) [3].

Несмотря на схожесть концептуальных основ бухгалтерского учета в Украине с международными стандартами финансовой отчетности, данные украинской финансовой отчетности, составленной по украинским стандартам бухгалтерского учета, существенно отличаются (кроме случаев, когда МСФО применяется в обязательном порядке – в этом случае данные финансовой отчетности по П(С)БУ и МСФО практически идентичны и одинаково недостоверны).

Прежде всего, различия финансовых данных и управленческой информации связаны с тем, что данные бухгалтерского учета положены в основу налогового учета и отчетности предприятия. Таким образом, существенное влияние на бухгалтерский учет в Украине имеют различные, постоянно меняющиеся мнения налоговых органов. Фактически со времён обретения Украиной независимости основной функцией бухгалтерского учета в Украине является фискальная, и юридическая форма неизменно превалирует над экономической сущностью.

Такое применение украинских Положений (стандартов) бухгалтерского учета не позволяют выработать правильное суждение о деятельности предприятия в целом. Фактически в учетной или отчетной информации предприятия имеют место пропуски, изменяющие ее смысл, а зачастую и бухгалтерские данные, представляющие откровенную ложь, что делает отчетность дезориентирующей и несовершенной. Учетная методология допускает неопределенность и неясность, ведение бухгалтерского учета и составление финансовой отчетности, вследствие этого становится зависимым от трактовки (толкований) отдельных бухгалтеров и государственных органов [4].

Более того, финансовая отчетность, подготовленная по украинским стандартам, и финансовая отчетность, подготовленная в соответствии с МСФО (или любыми общепринятыми бухгалтерскими принципами), внешне достаточно схожи. Тем не менее, следует принять во внимание, что особенности составления финансовой отчетности в Украине и фактическое отсутствие примечаний в подавляющем случае вводят пользователей финансовой отчетности в заблуждение.

Ситуацию усложняет отсутствие законодательно установленного обязательного аудита финансовой отчетности для большинства непубличных компаний в Украине, например, для участия в тендерах, которые проводят бюджетные организации, государственные предприятия, или для получения государственных кредитов и гарантий.

В настоящее время в Украине происходит процесс внедрения международных стандартов финансовой отчетности. Важным шагом на пути к реализации поставленных задач по реформированию бухгалтерского учета является принятие распоряжением Кабинета министров Украины от 24 октября 2007 г. № 911-р «Стратегии применения международных стандартов финансовой отчетности в Украине», целью которой является совершенствование системы ведения бухгалтерского учета в Украине с учетом требований международных стандартов и законодательства Европейского Союза.

Одними из основных направлений реализации Стратегии является законодательное регулирование порядка применения международных стандартов, в частности с 2012 года обязательное составление финансовой отчетности и консолидированной финансовой отчетности согласно международным стандартам финансовой отчетности предприятиями-эмитентами, ценные бумаги которых находятся в листинге организаторов торговли на фондовом рынке, банками и страховщиками, по собственному решению другими эмитентами ценных бумаг и финансовыми учреждениями.

Во исполнение Стратегии были внесены изменения в Закон Украины «О бухгалтерском учете и финансовой отчетности в Украине». Закон был дополнен разделом 12.1 «Применение международных стандартов», который предусматривает использовать МСФО, официально опубликованные на сайте Министерства финансов Украины: публичные акционерные общества. Страховщики, банки и предприятия, перечень видов деятельности которых устанавливается Кабинетом Министров Украины, обязаны использовать МСФО: любые другие предприятия в Украине могут принять решения о переходе на МСФО самостоятельно.

Существуют три ключевые проблемы ведения бухгалтерского учета в Украине, которые не позволят перейти на МСФО:

1) привязка положений Налогового Кодекса Украины к данным бухгалтерского учета и финансовой отчетности вне зависимости от используемых стандартов;

2) единственный заказчик и пользователь этой «международной» финансовой отчетности – государство;

3) менталитет и профессиональный опыт украинских бухгалтеров в большинстве случаев не соответствует поставленной задаче (необходимо признать, что в Украине в большинстве случаев весь бухгалтерский учет сводится лишь к подсчету налогов: экономическую эффективность бизнеса) [5].

Исходя из этого, на практике, переход публичных и финансовых компаний на МСФО состоится в Украине не раньше 2020 г.

Таким образом, система нормативного регулирования бухгалтерского учета – это самонастраивающаяся система, принципы построения которой позволяли бы ей, во-первых, органично совершенствоваться с развитием

экономических отношений в стране, во-вторых, обеспечивать интересы и потребности в достоверной финансовой информации различных групп пользователей [4].

Совершенствование регламентации бухгалтерского учета стоит рассматривать как задачу экономико-правовую, а законодательство о бухгалтерском учете – как институт хозяйственного законодательства, непосредственно служащий поддержанию порядка в хозяйственной деятельности, осуществлению и фиксации хозяйственных операций в строгом соответствии с требованиями законодательства. В целях совершенствования правового обеспечения бухгалтерского учета следует систематизировать положения уже имеющихся нормативных актов, а также использовать для этого ряд норм проекта Хозяйственного кодекса Украины [5].

Прежде чем обрести правовую форму, бухгалтерские требования должны быть выявлены, обоснованы и концептуализированы. Поэтому, совместная работа юристов и бухгалтеров не позволит сделать бухгалтерские и юридические подходы взаимоисключающими, основания учета и права должны дополнять друг друга, обеспечивая рассмотрение хозяйственной деятельности в единстве ее правовых форм и экономического содержания.

Обобщая сказанное выше, можно сделать следующий вывод: какие бы правила не содержались в новых положениях бухгалтерского учета, а также в других документах, без активной позиции самих бухгалтеров и других специалистов, связанных с ними, бухгалтерский учет в стране не будет развиваться. Решение всех проблем поможет, во-первых, усовершенствовать систему государственного регулирования и реформирования бухгалтерского учета, а во-вторых, адаптировать данную систему к рыночным изменениям, что приведет к положительным последствиям для бухгалтерского учета в целом.

Научный руководитель – старший преподаватель Андрющенко В. А.

Литература: 1. Стеченко Д. М. Державне регулювання економіки : навч. посіб. / Д. М. Стеченко. – Київ : Знання, 2004. – 262 с. **2.** Кузьмінський Р. Реформування бухгалтерського обліку / Р. Кузьмінський // Фінанси України. – 2010. – № 8. – С. 59–63. **3.** Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні [Электронный ресурс] : Закон України від 16.07.1999 № 996-XIV. – Режим доступа : http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/996-14. **4.** Жук В. М. Актуальні проблеми бухгалтерського обліку і їх вирішення / В. М. Жук // Фінанси України. – 2009. – № 7. – С. 100–113. И Жук В. М. Реформирование бухгалтерського учета и отчетности: состояние и перспективы / В. М. Жук // Учет и финансы АПК. – 2005. – № 3. – С. 4–13.

ПОРІВНЯЛЬНИЙ АНАЛІЗ КІЛЬКІСНИХ МЕТОДІВ ОЦІНКИ РИЗИКІВ ІНВЕСТИЦІЙНОГО ПРОЕКТУ

УДК 330.131.7

Єрмоленко Л. Г.

Студент 4 курсу
факультету економіки і права ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Проаналізовано кількісні методи оцінки ризиків інвестиційних проектів, розглянуто їх переваги та недоліки, виділено умови доцільності їх використання. Розмежовані поняття «проектні ризики» та «ризики діяльності».*

Ключові слова: *ризик, якісні методи оцінки ризику, кількісні методи оцінки ризику, управління ризиком, проектні ризики, ризики діяльності.*

Аннотация. *Проанализированы количественные методы оценки рисков инвестиционных проектов, рассмотрены их преимущества и недостатки, выделены условия целесообразности их использования. Разделены понятия «проектные риски» и «риски деятельности».*

© Єрмоленко Л. Г., 2015

Ключевые слова: *риск, качественные методы оценки риска количественные методы оценки риска, управление риском, проектные риски, риски деятельности.*

Annotation. *In the article the methods of quantitative estimation risk of investment projects are analyzed, their advantages and disadvantages are considered, conditions of expedience their using are emphasized. Definitions «project risks» and «risks of activity» are separated.*

Keywords: *risk, qualitative risk assessment methods quantitative risk assessment methods, risk management, project risks, activity risks.*

Здатність підприємства реагувати на постійно зростаючу невизначеність та народжений нею ризик є невід'ємною складовою його виживання і подальшого розвитку, особливо в умовах нестабільності українського середовища господарювання.

Вітчизняні вчені активно досліджували проблеми управління ризиком, серед українських науковців можна виділити роботи М. Балджи [1], Г. Великоіваненко, В. Вітлінського [2], Л. Останкової [3], І. Сараєвої [4]; серед зарубіжних вчених відомі праці А. Бадалової [5], Е. Холмса [6], Р. Вінса [7].

Незважаючи на глибоке вивчення цієї проблеми, під час аналізу ризиків на підприємствах виникають проблеми щодо їх виявлення, оцінювання та розробки заходів зі зниження їх негативного впливу. Тому метою цієї статті є узагальнення кількісних методів оцінки ризику та розробка рекомендацій щодо їх практичного застосування.

Існує багато визначень поняття «ризик», для подальшого дослідження будемо орієнтуватися на визначення, дане О. О. Удалих: «ризик – це ймовірність (загроза) втрати підприємством частину своїх ресурсів, недоодержання доходів або поява додаткових витрат внаслідок здійснення певної виробничої або фінансової діяльності» [8].

Під час аналізу сфери прояву ризику виникає необхідність розмежувати поняття «проектні ризики» та «ризики діяльності». Слід погодитися з визначенням І. М. Сараєвої, що економічна діяльність включає в себе підприємництво, фінансову, кредитну та інвестиційну діяльність і, як наслідок, відповідні ризики [4]. В. В. Вітлинський підкреслює важливість аналізу ризику у таких ситуаціях: під час прийняття стратегічних, інноваційних, інвестиційних і тактичних рішень; під час укладення ризикових угод; під час формування, стабілізації та діагностики портфеля; у разі необхідності одержання чи надання кредитів і залучення інвестиційних коштів; у маркетингових дослідженнях, в аудиторській діяльності; під час надання консалтингових послуг тощо [2]. З вищенаведеного можна зробити висновок, що «проектні ризики» стосуються інвестиційної діяльності, яка є складовою частиною діяльності підприємства, а отже, поняття «ризики діяльності» набагато ширше. Тому під час аналізу ризиків важливо розрізняти ці поняття, бо їх оцінка суттєво відрізнятиметься.

Процес управління ризиками включає у себе такі етапи: ідентифікація ризиків, якісна та кількісна їх оцінка, розробка заходів реагування на ризики та контроль за їх реалізацією.

Найбільше проблем виникає саме на стадії оцінки, бо ризик – це лише вірогідність, і важливо не помилитися при її визначенні.

Якісна оцінка ризиків проводиться суб'єктивними методами за допомогою ранжування, бального методу, побудови «спіралі» ризиків та інших методів на базі експертних оцінок чи «мозкового штурму». Якісна оцінка передбачає визначення зон ризику, робіт, за яких виникає ризик, а також першочерговості їх впливу на проект.

За якісною оцінкою проводиться кількісна, яка має на меті вимірювання ступеня ризику та визначення розміру ризиків. Кількісні методи оцінки наведено на рис. 1.

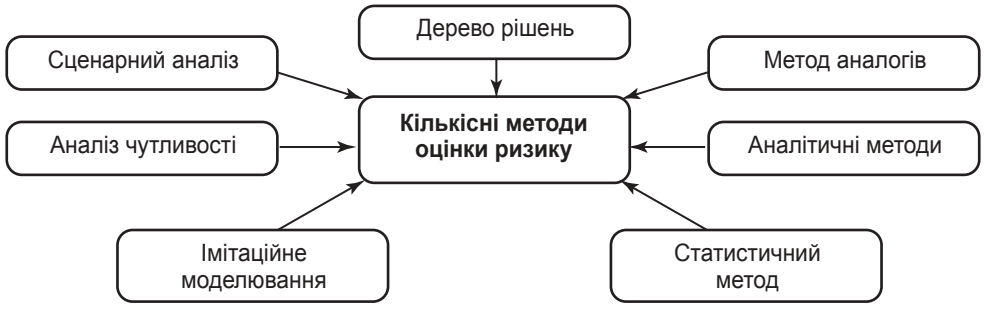


Рис. 1. **Основні кількісні методи оцінки ризику інвестиційних проектів**

Розкриємо сутність основних кількісних методів.

Дерево рішень – графічне зображення послідовностей рішень і стану середовища із зазначенням відповідних ймовірностей і виграшів для будь-яких комбінацій, альтернатив (дій) та станів середовища [1].

Метод аналогів передбачає використання даних про ризики аналогічних минулих проектів та оцінку на їх основі ризиків поточного проекту. Цим методом часто користуються страхові компанії.

Аналіз чутливості проводиться шляхом послідовної зміни параметрів та визначення при цьому зміни результатів проекту. Ключовим показником виступає еластичність зміни NPV щодо зміни фактора, на основі якої проводиться ранжування факторів ризику.

Сценарний аналіз вимагає попередньої розробки трьох сценаріїв, у які закладено зміну одночасно декількох факторів.

Аналітичні методи базуються на розрахунку фінансової стійкості проекту, показників ефективності інвестицій (чистий дисконтований дохід, індекс прибутковості, період окупності), коефіцієнтів ліквідності та порівнянні отриманих значень із нормативними.

Статистичний метод дозволяє розділити втрати і прибуток на зоні або межі ризику на основі ймовірності їх виникнення. Для аналізу розраховують середнє значення, дисперсію, середньоквадратичне відхилення та коефіцієнт варіації.

Різновидом статистичного методу є метод Монте-Карло, який за допомогою імітаційного аналізу дозволяє встановлювати імовірності зміни оціночних характеристик проекту за можливих несподіваних ризикових (кризових) ситуацій.

Визначення переваг та недоліків кількісних методів та ситуації, в яких доцільно застосовувати методи, наведено в табл. 1.

Таблиця 1

Порівняльна характеристика методів кількісної оцінки ризиків

Метод	Переваги	Недоліки	Умови та особливості застосування
Метод аналогів	Враховує минулий досвід, описує ризики галузі	Невисока точність, не враховує специфіку проекту, його відмінності	За наявності інформації про ризики подібних проектів
Імітаційне моделювання (метод Монте-Карло)	Точність результатів	Орієнтований на відносну стабільність, показує скоріше поточний стан, ніж прогноз	За наявності значної кількості достовірної статистичної інформації за декілька минулих періодів та програмної підтримки
Дерево рішень	Точність оцінки, можливість застосування на будь-якому етапі, розгляд альтернатив	Складність виділення чинників ризику та їх вірогідність настання	Кваліфіковані експерти, наявність фактичної інформації
Аналіз чутливості	Дозволяє виділити найбільш ризикові фактори та встановити можливий діапазон їх впливу; порівняти проекти за чутливістю	Зміна лише одного фактора, не враховує динаміку параметрів	Як етап оцінки ризику, самостійне використання небажане
Сценарний аналіз	Врахування одночасно декількох факторів	Розглядається декілька заданих значень, а не множина, яка реально впливає на проект	Можлива розробка якісного сценарію, наявні компетентні працівники
Аналітичні методи (розрахунок коефіцієнтів фінансової стійкості, традиційна оцінка ефективності)	Простота та швидкість розрахунку	Не враховує вплив конкретних факторів ризику, а оцінює лише загальний його рівень	На початкових стадіях для відмови від явно неприйнятних проектів
Статистичний метод	Визначає ризик для підприємства в цілому	Не дозволяє визначити конкретні джерела виникнення ризику	За наявності великого масиву даних, не застосовується для новостворених підприємств

Оскільки кожний із розглянутих методів має недоліки, то у практичній діяльності слід використовувати декілька методів, лише тоді можна стверджувати про достовірність результатів оцінки ризику. У подальшому планується вдосконалювати методи та створювати комплексний підхід, який дозволить максимально використати переваги всіх методів та нівелювати вплив недоліків.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Іпполітова І. Я.

Література: 1. Балджи М. Д. Обґрунтування господарських рішень та оцінка ризиків: навчальний посібник / М. Д. Балджи, В. А. Карпов, А. І. Ковальов та ін. – Одеса : ОНЕУ, 2013. – 670 с. **2.** Великоіваненко Г. І. Ризикологія в економіці та підприємництві : монографія / Г. І. Великоіваненко, В. В. Вітлінський. – Київ : КНЕУ, 2004. – 480 с. **3.** Останкова Л. А. Аналіз, моделювання та управління економічними ризиками : навч. посіб. / Л. А. Останкова, Н. Ю. Шевченко. – Київ : Центр учб. літ., 2011. – 256 с. **4.** Сараєва І. М. Системне моделювання процесу ідентифікації підприємницьких ризиків : монографія / І. М. Сараєва. – Одеса : Фенікс, 2008. – 147 с. **5.** Бадалова А. Г. Система управления рисками: методология, организационно-информационное обеспечение, эффективность внедрения : монография / А. Г. Бадалова. – М. : «Станкин» ; «ЯНУС-К», 2007. – 121 с. **6.** Холмс Э. Риск-менеджмент / Э. Холмс. – М. : Эксмо, 2007. – 304 с. **7.** Винс Р. Математика управления капиталом: Методы анализа риска для трейдеров и портфельных менеджеров / Р. Винс ; пер. с англ. – М. : Альпина Паблишерз, 2011. – 400 с. **8.** Удалих О. О. Управління інвестиційною діяльністю підприємства : навч. посіб. / О. О. Удалих. – Київ : Центр навч. літ., 2006. – 292 с.

РАЗРАБОТКА КОМПЛЕКСНОЙ ТЕХНОЛОГИИ ОЦЕНКИ ФИНАНСОВОГО СОСТОЯНИЯ МАШИНОСТРОИТЕЛЬНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

УДК 657.62:330.34

Жилина Ю. П.

Магистрант 1 года обучения
факультет учета и аудита ХНЭУ им. С. Кузнеца

Аннотация. *Представлена комплексная технология оценки финансового состояния машиностроительного предприятия, включающая в себя кластерный анализ, рейтинговую и интегральную оценку.*

Ключевые слова: *финансовое состояние предприятия, кластерный анализ, рейтинговая оценка, интегральная оценка, анализ, методы, технология.*

Анотація. *Наведено комплексну технологюя оцінки фінансового стану машинобудівного підприємства, що включає в себе кластерний аналіз, рейтингову та інтегральну оцінку.*

Ключові слова: *фінансовий стан підприємства, кластерний аналіз, рейтингова оцінка, інтегральна оцінка, аналіз, методи, технологія.*

Annotation. *A comprehensive technology for assessing the financial condition of the machine-building enterprises, including the cluster analysis, rating and an integrated assessment.*

Keywords: *financial condition of the enterprise, cluster analysis, rating assessment, integral assessment, analysis, techniques, technology.*

Для отечественных машиностроительных предприятий в сложных экономических условиях функционирования очень важной проблемой остается вопрос оценки финансового состояния.

Благополучное финансовое состояние предприятия – это важное условие его непрерывного и эффективного функционирования. Для его достижения необходимо обеспечить постоянную платежеспособность субъекта, высокую ликвидность его баланса, финансовую независимость и высокую результативность хозяйствования [1].

Актуальность данного вопроса обусловила необходимость разработки комплексной технологии оценки финансового состояния предприятия. Эта технология направлена на оценку финансового состояния предприятия среди других предприятий, подготовку информации для принятия управленческих решений, разработку стратегии управления финансовым состоянием.

© Жилина Ю. П., 2015

Основной целью статьи является разработка комплексной технологии оценки финансового состояния машиностроительных предприятий. В качестве объекта исследования выступают машиностроительные предприятия.

В современной экономической литературе еще не выработан единый подход к определению сущности финансового состояния. Проанализировав определения нескольких авторов, полагаем, что наиболее полным является определение Н. А. Русак и В. А. Русак, которые считают, что финансовое состояние – это способность предприятия финансировать свою деятельность, которая характеризуется обеспеченностью финансовыми ресурсами, необходимыми для нормальной производственной, коммерческой и других видов деятельности, целесообразностью и эффективностью их размещения и использования, финансовыми взаимоотношениями с другими субъектами хозяйствования, платежеспособностью и финансовой устойчивостью [4].

Анализ финансового состояния как одна из функций управления им представляет собой процесс исследования экономической информации с целью объективной оценки достигнутого уровня устойчивости финансового состояния предприятия и принятия решений по его улучшению.

Процесс проведения анализа финансового состояния зависит от поставленной цели. В экономическом анализе существует много различных способов и методик оценки финансового состояния предприятия: коэффициентный; рейтинговый; кластерный, интегральный, факторный, бальный; методы диагностики банкротства; с помощью диагностической нормативной динамической модели [2].

В данной статье предлагается использовать кластерный анализ, рейтинговую и интегральную оценки. Данные методы анализа финансового состояния предприятия используем на примере ОАО «Электромашина».

Кластерный анализ – многомерная статистическая процедура, выполняющая сбор данных, содержащих информацию о выборке объектов, и затем упорядочивающая объекты в сравнительно однородные группы [6].

Для проведения кластеризации ОАО «Элеткромашина» были проанализированы 11 предприятий машиностроительной отрасли, которые сгруппировали в 2 кластера по признаку уровня имущественного состояния: высокий и низкий уровень за 2007–2011 гг.

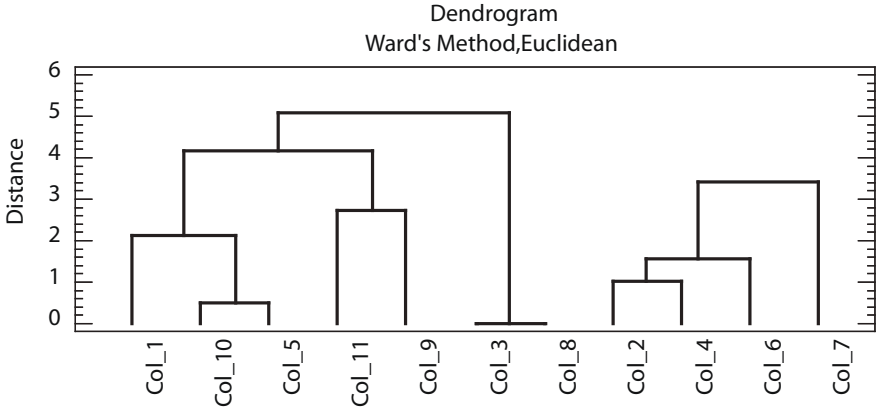


Рис. 1. **Дендрограмма состояния машиностроительных предприятий за 2011 г.**

В табл. 1 приведена классификация предприятий по уровню имущественного состояния за 2007–2011 г.

Таблица 1

Классификация предприятий по уровню имущественного состояния за 2007–2011 гг.

	№ кластера и его название	Предприятие
	Кластер № 1 – высокий уровень имущественного состояния	ПАО «Свет шахтера»
		ЗАО «Электромаш»
		ОАО «Верстатуниверсалмаш»
		ПАО «Коростенский завод химического машиностроения»
		ПАТ «Электромаш»
		ПАО «Химнефтемашпроект»
		ПАО «Рефма»
	Кластер № 2 – низкий уровень имущественного состояния	ПАО «Завод Палмаш»
		ВАТ «Светловодский машиностроительный завод»
		ОАО «Победа труда»
		ПАТ «Энергомаш»

Окончание табл. 1

	№ кластера и его название	Предприятие
2008 год	Кластер № 2 – низкий уровень имущественного состояния	ПАО «Свет шахтера»
		ПАО «Химнефтемашпроект»
		ПАО «Рефма»
		ЗАО «Электромаш»
	Кластер № 1 – высокий уровень имущественного состояния	ОАО «Верстатуниверсалмаш»
		ПАТ «Энергомаш»
		ПАТ «Электромаш»
		ПАО «Завод Палмаш»
		ОАО «Победа труда»
		ПАО «Коростенский завод химического машиностроения»
		ВАТ «Светловодский машиностроительный завод»
2009 год	Кластер № 1 – высокий уровень имущественного состояния	ПАО «Свет шахтера»
		ПАО «Химнефтемашпроект»
		ПАТ «Электромаш»
		ОАО «Верстатуниверсалмаш»
		ПАО «Рефма»
		ЗАО «Электромаш»
		ПАТ «Энергомаш»
	Кластер № 2 – низкий уровень имущественного состояния	ПАО «Завод Палмаш»
		ПАО «Коростенский завод химического машиностроения»
		ОАО «Победа труда»
		ВАТ «Светловодский машиностроительный завод»
2010 год	Кластер №1 – высокий уровень имущественного состояния	ПАО «Свет шахтера»
		ПАО «Химнефтемашпроект
		ЗАО «Электромаш»
		ОАО «Верстатуниверсалмаш»
		ПАО «Рефма»
	Кластер № 2 – низкий уровень имущественного состояния	ПАТ «Электромаш»
		ПАО «Коростенский завод химического машиностроения»
		ПАТ «Энергомаш»
		ПАО «Завод Палмаш»
		ОАО «Победа труда»
		ВАТ «Светловодский машиностроительный завод»
2011 год	Кластер № 1 – высокий уровень имущественного состояния	ПАО «Свет шахтера»
		ОАО «Верстатуниверсалмаш»
		ЗАО «Электромаш»
		ПАТ «Электромаш»
		ПАО «Коростенский завод химического машиностроения»
		ПАО «Химнефтемашпроект»
		ВАТ «Светловодский машиностроительный завод»
	Кластер № 2 – низкий уровень имущественного состояния	ПАО «Завод Палмаш»
		ПАО «Рефма»
		ОАО «Победа труда»
		ПАТ «Энергомаш»

Проанализировав состояние всех предприятий, в качестве изучения было выбрано ОАО «Электромашина», так как данное предприятие только единожды в 2010 г. находилось во втором кластере с низким уровнем имущественного состояния, и имеет хорошие показатели для дальнейшего исследования. На рис. 2 отражена динамика уровня имущественного состояния ОАО «Элеткромашина» за 2007–2011 гг.

Рис. 2. **Динамика уровня имущественного состояния ОАО «Электромашина» за 2007–2011 гг.**

Рейтинговая оценка учитывает все важнейшие параметры (показатели) финансово-хозяйственной и производственной деятельности предприятия [5]. При ее построении используются показатели ликвидности, рентабельности, финансовой устойчивости. Поэтому выбор и обоснование исходных показателей финансово-хозяйственной деятельности должны осуществляться на основе теории финансов предприятия, исходить из потребностей субъектов управления в аналитической оценке. Уровень показателей ОАО «ЗАО «Электромашина» отражен в табл. 2.

Таблица 2

Уровень показателей, характеризующих рейтинговую оценку финансового состояния ОАО «ЗАО «Электромашина»

	2008	2009	2010	2011
Коэффициент автономии	С	В	Н	Н
Коэффициент покрытия	В	В	В	В
Коэффициент быстрой ликвидности	В	В	В	В
Коэффициент абсолютной ликвидности	Н	Н	Н	Н
Рентабельность активов	Н	Н	Н	Н
Рентабельность собственного капитала	В	С	В	В
Коэффициент финансовой устойчивости	С	С	С	С
Коэффициент обеспеченности СОС	С	В	Н	С
Коэффициент текущих обязательств	В	В	Н	Н
Коэффициент долгосрочных обязательств	Н	С	Н	Н

Далее проведем интегральную оценку финансового состояния предприятия. Для ее проведения была сформирована система показателей. Это показатели финансовой устойчивости, показатели платежеспособности, показатели ликвидности, показатели оборачиваемости денежных средств. Все показатели были рассчитаны за период 2008–2011 гг. На рис. 3 отражена тенденция интегрального показателя, который в следующих двух периодах снижается.

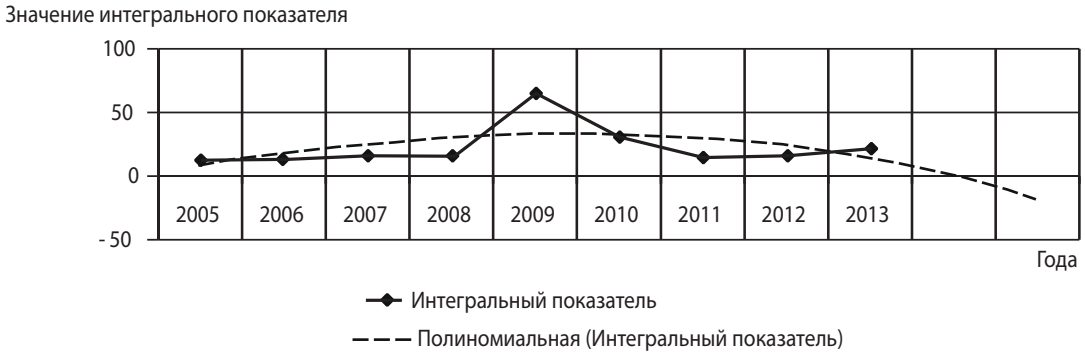


Рис. 3. **Тенденция интегрального показателя финансового состояния ОАО «ЗАО «Электромашина»**

Таким образом, расчет единого интегрального показателя дает возможность сравнить результаты работы за несколько периодов и определить рейтинг предприятия в зависимости от финансового состояния. Рейтинговый метод применяется в основном для сравнительной оценки деятельности нескольких предприятий, относящихся по видам деятельности к одной отрасли. Рейтинговая оценка удобна, но она дает искаженную оценку, если сравнивать с общим анализом [3].

Этапы технологии оценки и анализа финансового состояния, методы, с помощью которых осуществляется технология и использование в управлении, представлены в табл. 3.

Таблица 3

Технологии оценки и анализа финансового состояния ПАТ «ЗАО «Электромашина»

Этапы технологии	Методы	Использование в управлении
Выбор и обоснование периода для анализа финансовых процессов на предприятии	-	
Кластерный анализ	Метод группировки, кластерный, сравнительный, графический	Кластерный анализ также применяется для маркетинговых исследований с целью продвижения товара на рынке
1. Формирование системы показателей для проведения кластерного анализа		
2. Проведение кластерного анализа и градация уровней		
3. Исследование миграции предприятий по кластерам		
4. Интерпретация результатов		
Рейтинговая оценка	Табличный метод, метод группировки метод сравнения, графический прием	Рейтинговая оценка позволяет менеджерам отследить изменения по каждому показателю и его влияние на общий рейтинг предприятия, определить дальнейшие пути развития предприятия
1. Формирование и обоснование системы показателей для рейтинговой оценки		
2. Расчет рейтинговой оценки		
3. Ранжирование предприятия по рейтингу		
4. Интерпретация полученных результатов		
Интегральная оценка	Группировка, метод коэффициентов, интегральный, графический	С помощью интегральной оценки формируют отчет для инвесторов и собственников
1. Формирование системы показателей для проведения интегральной оценки		
2. Расчет обобщающих показателей по подсистемам с помощью среднеарифметической величины		
3. Расчет интегрального показателя финансового состояния с учетом весовых коэффициентов		
4. Интерпретация полученных результатов в графический вид, формулировка выводов		

Исходя из полученных результатов, можно сделать следующие выводы:

– нельзя отдать предпочтение ни одной методике, так как не существует универсальных моделей, которые бы идеально подходили для всех отраслей экономики. Поэтому экономисту при выборе методики оценки финансового состояния определенного предприятия в первую очередь необходимо принимать во внимание его отраслевую принадлежность;

– различные методики при оценке финансового состояния предприятия могут давать различные результаты;

– рейтинговый метод полезно использовать для сравнительной оценки с деятельностью других предприятий, относящихся по видам деятельности к одной отрасли;

– поскольку результаты расчетов при использовании различных методик могут не совпадать, а также для удобства дальнейшего анализа финансового состояния предприятия и вынесения окончательной оценки необходимо использовать профиль финансового состояния. Тогда все множество рассчитанных коэффициентов и полученных результатов можно наглядно увидеть на одном рисунке.

Разработанная технология оценки и анализа финансового состояния машиностроительных предприятий может быть основой для разработки финансовой стратегии на предприятиях Украины.

Научный руководитель – канд. экон. наук, доцент Иващенко А. А.

Литература: 1. Базілінська О. Я. Фінансовий аналіз: теорія та практика : навч. посіб. / О. Я. Базілінська. – Київ : ЦУЛ, 2009. – 328 с. **2.** Білик М. Д. Фінансовий аналіз : навч. посіб. / М. Д. Білик, О. В. Павловська, Н. М. При-

туляк та ін. – Київ : КНЕУ, 2005. – 592 с. **3.** Иваненко В. В. Финансовый анализ : учеб. пособие. / В. В. Иваненко. – Харьков : ИД "ИНЖЭК", 2003. – 176 с. **4.** Русак Н. А. Финансовый анализ субъекта хозяйствования : справ. пособие / Н. А. Русак, В. А. Русак. – Минск : Вышейш. шк., 1997. – 309 с. **5.** Уваров В. С. Финансовое состояние как информационная основа для построения системы мониторинга экономических показателей предприятия / В. С. Уваров // Экономика и управление. – 2009. – № 5. – С. 228–231. **6.** Фінансовий аналіз : навч. посіб. / М. Д. Білик, О. В. Павловська, Н. М. Притуляк та ін. – Київ : КНЕУ, 2007. – 592 с.

БУХГАЛТЕРСКИЙ АУТСОРСИНГ: ПЛЮСЫ И МИНУСЫ

УДК 005.95/.96:005.591.45

Зарицкая О. И.

Студент 3 курса
факультета экономики и права ХНЭУ им. С. Кузнеца

Аннотация. *Определена сущность понятия бухгалтерского аутсорсинга. Выяснены особенности бухгалтерского аутсорсинга в Украине и его отличия от общепринятых способов составления финансовой отчетности. Проведен анализ преимуществ и недостатков для предприятия при выборе бухгалтерского аутсорсинга как способа составления финансовой отчетности.*

Ключевые слова: *бухгалтерский аутсорсинг, предприятие, финансовая отчетность, хозяйственные операции, бизнес-процессы, учет, документы.*

Анотація. *Визначено сутність поняття бухгалтерського аутсорсингу. З'ясовано особливості бухгалтерського аутсорсингу в Україні та його відмінності від загальноприйнятих способів складання фінансової звітності. Проведено аналіз переваг и недоліків для підприємства при виборі бухгалтерського аутсорсингу як способу складання фінансової звітності.*

Ключові слова: *бухгалтерський аутсорсинг, підприємство, фінансова звітність, господарські операції, бізнес-процеси, облік, документи.*

Annotation. *In this article the essence of concept of accounting outsourcing is defined. It is found out the features of accounting outsourcing in Ukraine and its difference from the standard ways of setting up financial statements. The analysis of advantages and shortcomings for the enterprise as a choice of accounting outsourcing is carried out as way of drawing up financial statements.*

Keywords: *accounting outsourcing, enterprise, financial statements, economic operations, business processes, account, documents.*

До определенного момента бухгалтерский учет на предприятии или у физического лица предпринимателя может вестись собственными силами владельца бизнеса. Может составляться минимальный список первичных документов, а на их основе составляться бухгалтерская отчетность. Это возможно в том случае, если содержание хозяйственных операций предприятия очень простое и не требует сложных расчетов и глубокого знания бухгалтерского законодательства Украины, в которое непрерывно вносятся изменения.

Если же на предприятии осуществляется очень много хозяйственных операций, рациональней воспользоваться услугами фирмы, которая занимается бухгалтерским аутсорсингом, что и определяет необходимость и актуальность рассмотрения данной темы статьи.

Исследование теоретических и методических аспектов управления процессом аутсорсинга нашли отражение в работах зарубежных ученых Р. Алдерса, А. Слоуна, Э. Спарроу, Г. Минса, Р. Монзака, Дж. Хейвуда, Д. Шнайдера и др. Среди отечественных ученых занимались изучением процесса аутсорсинга Ж. Бравар, В. Кафидова, А. Добронравова, С. Календжян, А. Киселева, Д. Комиссарова, М. Селина, И. Шеян.

Цель данной статьи: раскрыть сущность бухгалтерского аутсорсинга, определить преимущества и недостатки его использования на предприятии.

© Зарицкая О. И., 2015

Говоря о бухгалтерском аутсорсинге, прежде всего, разберемся в терминологии. Слово «аутсорсинг» происходит от английского слова «outsourcing», которое в свою очередь образовано от словосочетания «outer source using», то есть использование внешнего источника или ресурса [1].

В бизнесе аутсорсингом является передача юридическим лицом определенных процессов или производственных функций на обслуживание компании, которая специализируется в соответствующей области, на основании заключенного договора.

Выделяют аутсорсинг бизнес-процессов и аутсорсинг задач. Последний вид является передачей специализированной компании (аутсорсеру) определенных задач для выполнения в обусловленный срок и в рамках предусмотренного бюджета. Аутсорсинг бизнес-процессов является наиболее глубоким видом подряда, который предполагает максимально тесное взаимодействие между заказчиком и исполнителем. Он может не иметь фиксированного времени для выполнения и бюджета, ведь аутсорсеру не передаются отдельные задачи, а предоставляется область внутри бизнеса для обслуживания [2].

Бухгалтерский аутсорсинг является одним из видов аутсорсинга бизнес-процессов. Этот способ бухгалтерского обеспечения деятельности компаний со временем приобретает все большую популярность. Аутсорсинг бухгалтерских услуг включает в себя организацию и ведение бухгалтерского учета, составление отчетности для компании и для предоставления за ее пределы. Аутсорсинг бухгалтерии относится к одной из самых сложных форм аутсорсинга бизнес-процессов, поскольку предусматривает одновременное управление несколькими процессами.

Многие пользуются услугами «приходящего» бухгалтера – специалиста, который осуществляет обслуживание клиентов, посещая их в оговоренные дни. Это удобно для малых предприятий и предпринимателей, у которых нет необходимости иметь штатного бухгалтера. Аутсорсинг бухгалтерских услуг значительно отличается от подобной практики. Он представляет собой форму взаимодействия, при которой аутсорсер включается в бизнес-процессы заказчика как функциональное подразделение, но при этом остается самостоятельным организационно и юридически. Аутсорсинг бизнес-процессов как новый вид оптимизации деятельности предприятий особенно хорошо зарекомендовал себя в сфере финансов и бухгалтерского учета [3].

Заказчики отмечают, при равной нагрузке и относительно одинаковом качестве работы специализированные компании имеют преимущество перед профессионалами-индивидуалами. Аутсорсинг, связанный с выполнением финансовых функций, предусматривает обеспечение доступа аутсорсера к документам, которые могут иметь конфиденциальную информацию. Нежелание руководителя посвящать посторонних лиц в коммерческую тайну часто является камнем преткновения для плодотворной работы. Кроме внутреннего убеждения руководителя важно обеспечить нормальную работу сотрудников предприятия с аутсорсером, определить порядок их взаимодействия.

Перечисляя преимущества бухгалтерского аутсорсинга, можно составить длинный список. Среди основных преимуществ можно выделить следующие:

1. Низкая стоимость аутсорсинга бухгалтерского учета по сравнению с заработной платой штатного бухгалтера.

2. Высокое соотношение цены-качества аутсорсинга бухгалтерских услуг.

3. Отсутствие расходов на содержание рабочего места бухгалтера (стол, компьютер, офисные принадлежности, бухгалтерское программное обеспечение).

4. Гарантия качества бухгалтерского аутсорсинга. Ответственность исполнителя за ошибки, допущенные по его вине, прописаны в договоре на оказание бухгалтерских услуг.

Данный список можно продолжать очень долго. Тем не менее, даже эти пункты перекрывают все возможные недостатки такой формы ведения бухгалтерского учета на предприятии, как аутсорсинг бухгалтерского учета. К недостаткам аутсорсинга бухгалтерского учета можно отнести то, что при такой форме ведения бухгалтерского учета на специалиста фирмы невозможно сгрузить черновую работу, которую обычно выполняет секретарь руководителя [4].

Однако тут следует сказать, что высококвалифицированный специалист в области бухгалтерского учета не должен заниматься работой секретаря, как это часто бывает на предприятиях, руководители которого явно недооценивают значимость бухгалтерского учета на предприятии. Поэтому любые недостатки аутсорсинга бухгалтерского учета не идут ни в какое сравнение с его преимуществами.

К сожалению, правоотношения при аутсорсинге украинским законодательством пока не урегулированы. В форму договора облекают условия предоставления услуг, используя существующие нормы. Но отсутствие регулирующих норм не является препятствием для заключения соглашения. Похоже, что для отечественного законодательства становится правилом, что сначала возникают правоотношения, а уже потом принимаются нормативные акты для их регулирования. Всегда на помощь приходит ч. 1 ст. 6 Гражданского кодекса Украины, которая гласит, что стороны имеют право заключить договор, который не предусмотрен актами гражданского законодательства, но отвечает общим принципам гражданского законодательства. Субъектам, которые планируют воспользовать-

ся аутсорсингом бухгалтерских услуг, желательно ознакомиться с мировой практикой аутсорсинга. Это поможет грамотно составить договор с внешней компанией, с указанием в его условиях всех интересующих заказчика моментов.

Проанализировав все вышесказанное, можно прийти к выводу, что бухгалтерский аутсорсинг создан для облегчения ведения финансовой отчетности, поэтому предприятия и организации Украины в будущем будут все чаще пользоваться услугами фирм, которые занимаются аутсорсингом бухгалтерского учета, а данная тема будет требовать дальнейшего исследования.

Научный руководитель – старший преподаватель Андрющенко В. А.

Литература: 1. Бравар Ж.-Л. Эффективный аутсорсинг. Понимание, планирование и использование успешных аутсорсинговых отношений : учеб. по предпринимательству / Ж.-Л. Бравар. – М. : Баланс Бизнес Букс, 2007. –288 с. **2.** Бухгалтерский аутсорсинг [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://ru.wikipedia.org/wiki. **3.** Мхитарян А. А. Аутсорсинг бизнес-процессов – предпосылка достижения предпочтительных конкурентных преимуществ / А. А. Мхитарян, М. С. Селина // Вестник РЭА. – 2008. – № 2. – С. 79–83. **4.** Каледжян С. О. Аутсорсинг и делегирование полномочий в деятельности компаний / С. О. Каледжян. – М. : Дело, 2003. – 272 с.

ЗАСТОСУВАННЯ МЕТОДУ ТАКСОНОМІЧНОГО ПОКАЗНИКА ПІД ЧАС АНАЛІЗУ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ

УДК 658.2:005.52

Захарова О. В.

Студент 4 курсу
факультету обліку і аудиту ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Обґрунтовано доцільність застосування таксономічного аналізу для визначення ефективності використання основних засобів; запропоновано склад інтегрального показника для підприємства ПАТ «Підшипниковий завод»; досліджено динаміку ефективності використання основних засобів на прикладі цього підприємства.*

Ключові слова: *таксономічний показник, основні засоби, фондоємність, фондовіддача, рентабельність основних фондів, стимулятор, дестимулятор, вектор-еталон.*

Аннотация. *Обоснована целесообразность применения таксономического анализа для определения эффективности использования основных средств; предложен состав интегрального показателя для предприятия ОАО «Подшипниковый завод»; исследована динамика эффективности использования основных средств на примере данного предприятия.*

Ключевые слова: *таксономический показатель, основные средства, фондоемкость, фондоотдача, рентабельность основных фондов, стимулятор, дестимуляторы, вектор-эталон.*

Annotation. *Expediency of taxonomic analysis to determine the effectiveness of fixed assets proposed structure for the integral index of JSC "Bearing Factory", Dynamics efficiency of fixed assets on the example of the company.*

Keywords: *taxonomic index, fixed assets, fondoyemnist, capital, return on assets, stimulant destymulyator, vector pattern.*

В умовах ринкової економіки забезпечення ефективності використання основних засобів є одним із найважливіших показників оцінки ефективності діяльності будь-якого підприємства, оскільки саме ефективність використання основних засобів забезпечує успішне функціонування та розвиток кожного господарюючого суб'єкта [5]. Проте всебічно оцінити таку ефективність досить складно, адже на це впливає безліч факторів, і достовірно визначити, як саме на результат вплинули ті чи інші фактори, досить складно та не завжди можливо.

© Захарова О. В., 2015

У зв'язку з цим як інструмент оцінки ефективності використання основних засобів доцільно використовувати метод таксономічного аналізу, сутність якого полягає у дослідженні об'єктів, які характеризуються великою кількістю ознак. Його використання допомагає вирішити проблеми упорядкування та узагальнення багатомірного статистичного матеріалу у єдину кількісну характеристику. У цьому зв'язку використання таксономічного методу для побудови таксономічного показника ефективності використання основних засобів підприємства надасть можливість узагальнити вплив кожного з визначених показників, отримавши однозначну оцінку, та інтерпретувати цю оцінку.

Вивченням питання ефективності використання основних засобів займалися такі вчені, як : Житна І. П., Нескреба А. М., Пушкар М. С., Пархоменко В. М., Бутинець Ф. Ф. , Чебанова Н. В., Єфіменко Т. І. та інші видатні вітчизняні та зарубіжні вчені. Використанню таксономічного аналізу для дослідження економічних процесів на підприємстві приділили увагу у своїх працях Сабліна Н. В., Айвазян С. А., Рєпіна І. М. та ін.

Метою статті є оцінка ефективності використання основних засобів на підприємствах за допомогою застосування таксономічного аналізу.

Під час побудови таксономічного показника застосовується матриця даних, складена зі стандартизованих ознак. Стандартизація дозволяє позбутися одиниці виміру – як вартісної, так і натуральної [1].

Використання таксономічного показника допомагає вирішити проблеми упорядкування та узагальнення багатомірного статистичного матеріалу у єдину кількісну характеристику. У цьому зв'язку використання таксономічного методу для побудови таксономічного показника ефективності використання основних засобів підприємства надасть можливість узагальнити вплив кожного з визначених показників, отримавши однозначну оцінку, та інтерпретувати цю оцінку [3].

Перелік показників, які доцільно використовувати під час аналізу використання основних засобів, наведено у табл. 1.

Таблиця 1

Вихідні показники для розрахунку таксономічного показника ефективності використання основних засобів

Показник	Наслідки збільшення значення ознаки	Стимулятор / дестимулятор
Коефіцієнт оновлення	Збільшення показника характеризує збільшення інтенсивності введення в дію нових основних засобів	Стимулятор
Коефіцієнт вибуття	Збільшення показника характеризує збільшення інтенсивності вибуття основних засобів зі сфери виробництва	Дестимулятор
Коефіцієнт зносу	Збільшення показника характеризує погіршення технічного стану основних засобів	Дестимулятор
Коефіцієнт придатності	Збільшення показника характеризує покращення технічного стану основних засобів	Стимулятор
Фондоозброєність	Збільшення показника характеризує збільшення частки «минулої праці»	Стимулятор
Фондовіддача	Збільшення показника характеризує збільшення ефективності використання основних засобів	Стимулятор
Фондоємність	Збільшення показника характеризує зменшення ефективності використання основних засобів	Дестимулятор
Рентабельність основних засобів	Збільшення показника характеризує збільшення рівня використання основних засобів	Стимулятор

У цьому дослідженні розрахунок таксономічного показника ефективності використання основних засобів здійснено на прикладі ПАТ "Підшипниковий завод". Динаміку обраних показників за період 2010–2013 рр., наведено в табл. 2.

Побудова таксономічного показника рівня розвитку відбувається за допомогою таких етапів [2]:

1 етап – побудова матриці спостережень на основі динаміки значень показників ефективності використання основних засобів підприємства, зазначених у табл. 2.

Побудова таксономічного показника рівня розвитку відбувається за допомогою таких етапів [2]:

1 етап – побудова матриці спостережень на основі динаміки значень показників ефективності використання основних засобів підприємства, зазначених у табл. 2.

2 етап – формування стандартизованої матриці спостережень. Це обумовлено тим, що елементи матриці спостережень виражаються у специфічних для кожної ознаки одиницях (темпи – у відсотках, коефіцієнти – в одиницях).

Таблиця 2

Показники ефективності використання основних засобів ПАТ «Підшипниковий завод» за період 2010–2013 рр.

Показник	2010	2011	2012	2013
Коефіцієнт оновлення	0,17	0,18	0,19	0,06
Коефіцієнт вибуття	0,04	0,05	0,13	0,09
Коефіцієнт зносу	0,51	0,47	0,21	0,25
Коефіцієнт придатності	0,49	0,52	0,79	0,74
Фондоозброєність	66,44	78,55	282,9	294,68
Фондовіддача	2,71	2,62	0,76	0,55
Фондоємність	0,37	0,38	1,32	1,82
Рентабельність (збитковість) основних засобів, %	7	13,1	-4,4	-20,1

3 етап – диференціація ознак матриці на стимулятори та дестимулятори. Основою такого розподілу є характерний вплив кожного з показників на ефективність кінцевого показника, тобто в цьому випадку – ефективність використання основних засобів підприємства, при цьому ознаки, котрі позитивно впливають на загальний рівень ефективності використання основних засобів, називають стимуляторами, а ознаки, які знижують даний рівень, – дестимуляторами.

4 етап – побудова вектора-еталона. Для цього зі значень ознак матриці необхідно обрати найбільші значення стимуляторів та найменші значення дестимуляторів за весь досліджуваний період відповідно.

5 етап – визначення відстані між окремими спостереженнями та елементами вектора-еталона.

6 етап – розрахунок таксономічного показника.

Розрахунок таксономічного показника наведено в табл. 3

Таблиця 3

Визначення рівня ефективності використання основних засобів ПАТ «Підшипниковий завод»

№	Роки	Евклідова відстань	Таксономічний показник розвитку
1	2010	3,901	0,277
2	2011	3,496	0,352
3	2012	3,792	0,297
4	2013	5,026	0,068
Середнє значення відстаней			4,053
Середнє квадратичне відхилення			0,670
d = Середнє значення відстаней + 2 × середнє квадратичне відхилення			5,394

Розрахований такосномічний показник приймає високі значення за великих значень стимуляторів і низькі значення – за малих значень стимуляторів [4].

Графічне подання динаміки рівня ефективності використання основних засобів ПАТ «Підшипниковий завод» за 2010–2012 рр. наведено на рис. 1.

Рис. 1. **Динаміка рівня використання основних засобів на ПАТ «Підшипниковий завод» за 2010–2013 рр.**

Відповідно до розрахованих значень таксономічного показника можна говорити про те, що в цілому для ПАТ «Підшипниковий завод» в аналізованому періоді характерний середній рівень ефективності використання основних засобів. Проте в 2013 р. він сягнув критичного значення. Це пояснюється тим, що поряд зі збільшенням кількості основних засобів їх фондовіддача та рентабельність основних фондів знизилася, тобто у 2013 р. основні засоби були менш ефективно використані, ніж у 2012 р. Підприємству необхідно вдосконалювати структуру своїх основних засобів та шукати способи більш ефективного їх використання, для того щоб не допустити ще більшого зниження цього показника.

Таким чином, обґрунтовано можливість застосування та склад таксономічного показника для оцінки ефективності використання основних засобів. Отримані результати розрахунків на прикладі підприємства ПАТ «Підшипниковий завод» дозволили виявити фактори впливу на рівень таксономічного показника. За результатами аналізу надано такі рекомендації щодо покращення ефективності використання основних засобів: технічне вдосконалення основних засобів, модернізація обладнання, механізація допоміжних та обслуговуючих виробництв, покращення забезпечення матеріально-технічними ресурсами, ліквідація незадіяного обладнання, зниження простоїв, упровадження сучасних технологій.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Петряєва З. Ф.

Література: 1. Саблина Н. В. Использование метода таксономии для анализа внутренних ресурсов предприятия / Н. В. Саблина, В. А. Теличко // Бизнес Информ. – 2009. – № 3. – С. 7–82. **2.** Плюта В. Сравнительный анализ в экономических исследованиях: методы таксономии и факторного анализа / В. Плюта. – М. : Статистика, 2000. – 151 с. **3.** Горова О. О. Визначення таксономічного показника рівня розвитку для оцінки фінансового потенціалу підприємства / О. О. Горова // Управління розвитком. – 2012. – № 12 (133). – С. 109–112. **4.** Бондар Н. М. Економіка підприємства : навч. посіб. – Київ : А.С.К., 2004. – 400 с.

АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ УЧЕТА ДЕБИТОРСКОЙ ЗАДОЛЖЕННОСТИ В СООТВЕТСТВИИ С МСФО

УДК 657:336.27

Збараг Ю.

Студент 3 курса
факультета международных экономических отношений ХНЭУ им. С. Кузнеца

Аннотация. *Раскрыта суть понятия «дебиторской задолженности» в соответствии с международными стандартами финансовой отчетности, описаны ее виды, выделены возможные причины возникновения и описаны методы и порядок ее оценки. Определен момент прекращения обязательства. Рассмотрена классификация обязательств.*

Ключевые слова: *дебиторская задолженность, бухгалтерский учет, МСФО, справедливая стоимость.*

Анотація. *Розкрито суть поняття «дебіторської заборгованості» відповідно до міжнародних стандартів фінансової звітності, наведено її види, виділено можливі причини виникнення та описано методи та порядок її оцінки. Визначено момент припинення зобов'язання. Розглянуто класифікацію забов'язань.*

Ключові слова: *дебіторська заборгованість, бухгалтерський облік, МСФЗ, справедлива вартість.*

Annotation. *Studies the concept of «receivables" in accordance with international financial reporting standards, describes the species selected for possible causes and describes the methods and procedure of its evaluation. Determined the time of termination of the commitments. Considered classification obligations.*

Keywords: *accounts receivable, accounting, IFRS, fair value.*

© Збараг Ю., 2015

Рыночные отношения повышают ответственность и самостоятельность предприятий в принятии управленческих решений по обеспечению эффективности расчетов с дебиторами и кредиторами. Недостача денежных средств и неплатежеспособность предприятий делают этот вопрос одним из главных. Так, изменение дебиторской задолженности приводит к изменению финансового положения предприятия. Поэтому любая организация нуждается в постоянном мониторинге и анализе дебиторской задолженности.

Целью статьи является исследование основных особенностей дебиторской задолженности по международным стандартам финансового учета и отчетности (МСФО) и разработка рекомендаций по ее эффективному управлению.

Предметом исследования выступает управление дебиторской задолженностью.

Объектом исследования является процесс управления дебиторской задолженностью предприятии.

Изучением данной темы занимались такие ученые, как Бланк И., Левкович О., Бутынец Ф., Голов С., Грачова Р., Иванилов О., Костюченко В., Сикора И., Петрук О., Матицына Н. и др. В настоящее время произошли некоторые изменения, и тема требует углубленного рассмотрения.

По мнению Левковича О., под дебиторской задолженностью понимают задолженность организаций, работников и физических лиц данной организации, которая возникает в процессе экономической деятельности организации [1]. В то время, как Бланк И. в своей книге «Управление финансовой безопасностью предприятия» говорит, что дебиторская задолженность с одной стороны, если у нее «нормальный» рост, свидетельствует об увеличении возможных доходов и повышении ликвидности, с другой – размер дебиторской задолженности должен подходить конкретному предприятию, так как резкий рост дебиторской задолженности может также стать причиной потери ликвидности [2].

Следует отметить, что в МСФО не существует стандарта, который бы посвящался учету дебиторской задолженности. Классификация, порядок отражения в учете регулируются МСФО (IAS) 39 «Финансовые инструменты: признание и оценка» и в МСФО (IAS) 32 «Финансовые инструменты: раскрытие и представление информации» находится информация об отражении дебиторской задолженности в финансовой отчетности [3].

Дебиторская задолженность и ссуды разных видов определены в категорию финансовых активов – «непроизводные финансовые активы с фиксированными или определяемыми платежами, которые не котируются на активном рынке» [1]. Исключение – это активы, предназначенные для продажи, или товары, выбытие которых предполагается в ближайшем будущем. Они могут включать: торговую дебиторскую задолженность, инвестиции в долговые инструменты и банковские депозиты, заемные активы.

Согласно правилам МСФО дебиторская задолженность подразделяется на долгосрочную: если платежи ожидаются больше, чем через 12 месяцев после отчетной даты; и краткосрочную: платежи ожидаются в течение 12 месяцев. Также отдельно выделяют дебиторскую задолженность между взаимозависимыми лицами: дочерними предприятиями и предприятиями, входящими в ассоциации.

Дебиторская задолженность может оцениваться по методу: исторической стоимости; справедливой стоимости; чистой стоимости реализации; амортизированной стоимости.

При изначальном признании дебиторская задолженность рассчитывается по справедливой стоимости и включает в себя затраты по совершению сделки. После этого она оценивается по амортизируемой стоимости с применением метода эффективной ставки процента.

Амортизируемая стоимость – стоимость, по которой финансовый актив оценивается при первоначальном признании, за вычетом стоимости его погашения плюс сумма накопленной амортизации, начисленной с разницы между первоначальной стоимостью и стоимостью на момент погашения.

Эффективная ставка процента предполагает оценку денежных средств с помощью финансовых инструментов, то есть платежей будущих периодов. По этому методу рассчитывается и начисляется процентный доход или расход на выплату процентов в течение нужного периода. При расчете учитывается списание безнадежной задолженности или признание резерва под обесценение дебиторской задолженности. Но, нужно заметить, что этот метод можно использовать только в случае долгосрочной дебиторской задолженности. Если же мы имеем дело с краткосрочной дебиторской задолженностью, то она не дисконтируется и просто оценивается по справедливой стоимости.

Дебиторская задолженность по МСФО (IAS) 39 классифицируется, как уже было сказано, как финансовый актив и финансовое обязательство.

И для того, чтобы его признали прекращенным, нужно, чтобы условия, которые прописаны в договоре, были исполнены или же сам договор аннулирован, или срок его действия истек. Чаще всего дебиторская задолженность погашается путём перечисления денежных средств на счёт дебитора. Моментом прекращения обязательства считается тот момент, когда денежные средства поступили на расчетный счет. Нужно также учитывать, что обязательство можно погасить не только денежными средствами, но и путём взаимозачета (передачи финансового актива) или передачи нефинансового актива.

Очень важным при оценке учета дебиторской задолженности является проведение инвентаризации расчетов и формирования резерва под обесценение дебиторской задолженности [3].

Подводя итоги, следует отметить, что в соответствии с международными стандартами предприятиям нужно создавать резерв сомнительных долгов, потому как в этом случае обеспечен принцип предусмотрительности. Если же предприятие получает от дебитора задолженность после ее списания, желательно использовать вариант, когда в учете отражается это как получение дохода. Также на предприятиях стоит вести аналитический учет по каждому виду дебиторской задолженности.

В целом бухгалтерский учет дебиторской задолженности является обязательной частью финансово-хозяйственной деятельности любого предприятия, что обеспечивает благоприятную среду для рентабельной деятельности организации.

Научный руководитель – канд. экон. наук, доцент Часовникова Ю. С.

Литература: 1. Бухгалтерский учет : учеб. для ВУЗов / Под ред. Ю. А. Бабаева. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2011. – 476 с. **2.** Главбух : Журнал, справочная система и сервисы [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://www.glavbukh.ru. **3.** Кондраков Н. П. Бухгалтерский (финансовый, управленческий) учет : учебник / Н. П. Кондраков. – М. : Проспект, 2013. – 504 с. **4.** Учет дебиторской задолженности по МСФО [Электронный ресурс] // Актуальная Бухгалтерия. – Режим доступа : http://aktbuh.ru/msfo/uchet-i-otchetnost/uchet-debitorskoy-zadolzhennosti-po-msfo?view=print. **5.** Списание безнадежной задолженности: налоговый и бухгалтерский учет [Электронный ресурс] // Агро Корзина. – Режим доступа : http://agrocart.com/1035/spisanie-beznadezhnoj-zadolzhennosti-nalogovyj-i-buxgalterskij-uchet. **6.** Безнадежная дебиторская задолженность: Правила списания // Дебет-Кредит : іноформ. бухгалтер. портал [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://www.dt-kt.com/beznadezhnaya-debytorskaya-zadolzhennost-pravyla-spysanyya.

ПОРІВНЯННЯ ОСОБЛИВОСТЕЙ ОБЛІКУ ТОВАРІВ В ОПТОВІЙ ТА РОЗДРІБНІЙ ТОРГІВЛІ

УДК 339.16:657

Ісмайлова В. В.

Студент 3 курсу
факультету обліку і аудиту ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Розглянуто основні аспекти ведення обліку на підприємствах оптової та роздрібної торгівлі. Наведено порядок розрахунків із постачальниками в оптовій торгівлі та реалізації товарів транзитом. Відображено реалізацію товарів на підприємствах роздрібної торгівлі. Наведено відмінності в обліку на підприємствах оптової і роздрібної торгівлі.*

Ключові слова: *торгівля, торговельна діяльність, оптова торгівля, роздрібна торгівля, торгова націнка, транспортно-заготівельні витрати.*

Аннотация. *Рассмотрены основные аспекты ведения учета на предприятиях оптовой и розничной торговли. Приведен порядок расчетов с поставщиками в оптовой торговле и реализации товаров транзитом. Отражена реализация товаров на предприятиях розничной торговли. Приведены отличия в учете на предприятиях оптовой и розничной торговли.*

Ключевые слова: *торговля, торговая деятельность, оптовая торговля, розничная торговля, торговая наценка, транспортно-заготовительные расходы.*

Annotation. *The key aspects of accounting for wholesale and retail was shown. The order of payments to suppliers in wholesale trade and sale of goods in transit is showen. The sale of goods to retailers is reflected. The differences in accounting for wholesale and retail is showen.*

Keywords: *trade, trading activities, wholesale, retail, trade margins, transport and procurement costs.*

© Ісмайлова В. В., 2015

На розвиток національного господарства України суттєво впливає торгівля, завдяки якій стає можливим дотримання рівноваги між споживанням і виробництвом, формується суттєва частка валової доданої вартості в Україні, створюються робочі місця для економічно активного населення. У період посткризового розвитку торговельна діяльність проходить динамічний трансформаційний етап, бо від цієї важливої складової економіки України залежить якість життя людини, розвиток економіки та її конкурентоспроможність. Процес торгівлі неможливий без існування обліку. Ведення обліку торговельної діяльності має цілий ряд особливостей, які ми розглянемо у цій статті.

Торгівля – це галузь господарства, яка виконує функції обігу товарів (забезпечує їх рух зі сфери виробництва у сферу споживання), тобто торгівля – це комерційна діяльність з обігу, купівлі та продажу товарів [1].

Торговельна діяльність – ініціативна, систематична, виконувана на власний ризик для одержання прибутку діяльність юридичних і фізичних осіб щодо купівлі та продажу товарів кінцевим споживачам або посередницькі операції, або діяльність із надавання агентських, представницьких, комісійних та інших послуг у просуванні товарів від виробника до споживача [2].

Торговельна діяльність здійснюється у вигляді роздрібної торгівлі, оптової торгівлі та ресторанного господарства.

Питанням розвитку і обліку оптової і роздрібної торгівлі займалися такі вчені, як Марцина В. С., Бланк І. О., Серьогіна Т. В., Лігоненко Л. О., Панкратова Ф. Г. та ін.

Метою цієї статті є порівняння особливостей обліку товарів в оптовій та роздрібній торгівлі.

Для початку розглянемо особливості ведення обліку в оптовій торгівлі і дамо визначення самому терміну. Оптова торгівля – це вид економічної діяльності у сфері товарообігу, що охоплює купівлю-продаж товарів за договорами постачання партіями для подальшого їх продажу кінцевому споживачеві через роздрібну торгівлю або для виробничого споживання та надавання пов'язаних із цим послуг.

Оптове підприємство обов'язково укладає договори з постачальниками на закупівлю товарів. У договорі вказується предмет договору, ціна, обсяг товарів, що підлягають поставці, асортимент, термін і способи відвантаження, вид пакування, знижки й умови їх отримання, порядок розрахунків, відповідальність сторін за невиконання договірних зобов'язань. На основі договорів постачальником виписується рахунок-фактура, де вказують перечень товарів, кількість, ціну та вартість, загальну суму, що підлягає сплаті з урахуванням ПДВ.

Прийом товарів здійснює комірник або завідуючий складом. Якщо прийом товару здійснюється на складі постачальника, то товар приймається в упаковці за кількістю місць або за вагою брутто. Безтарні товари приймаються за вагою нетто.

Відповідно до Методичних рекомендацій з бухгалтерського обліку запасів від 10 січня 2007 року № 2 та П(С)БО 9 «Запаси» прийом і оприбуткування товарів на складі відображається такими документами:

1) товарно-транспортна накладна;

2) прибутковий ордер;

3) акт приймання матеріалів [3; 4].

Аналітичний облік товарів ведеться за місцями зберігання, за матеріально-відповідальними особами і видами товарів. Синтетичний облік товарів у оптовій торгівлі ведеться на рахунку 28, субрахунок 281 – товари на складі. За дебетом субрахунку 281 відображають надходження товарів, за кредитом – реалізацію, вибуття товарів. Синтетичний облік розрахунків із постачальниками ведеться на рахунку 63 в журналі 3, аналітичний – у відомості 3.3.

Відображення операцій із оприбуткування товарів в оптовому підприємстві наведено у табл. 1.

Таблиця 1

Відображення в бухгалтерському обліку розрахунків із постачальниками в оптовій торгівлі

Зміст господарської операції	Сума	Дт	Кд
Попередня оплата товарів			
1. Перерахована передоплата з поточного рахунку постачальнику	36000	371	311
2. Відображено податковий кредит із ПДВ	6000	641	644
3. Оприбутковано товар від постачальника	30000	281	631
4. Списано податковий кредит із ПДВ	6000	644	631
5. Здійснено взаємозалік заборгованостей	36000	631	371
Наступна оплата товарів			
1. Оприбутковано товари від постачальника	30000	281	631
2. Відображено податковий кредит із ПДВ	6000	641	631
3. Перераховано з поточного рахунку оплату за товар постачальнику	36000	631	311

Під час оприбуткування товарів може виникнути нестача з таких причин: нестача і втрати у рамках норм природних втрат, провини перевізника, провини постачальника. У випадку провини перевізника або постачальника при нестачі товарів виставляється претензія. Синтетичний облік розрахунків за претензіями ведеться на рахунку 374 в журналі 3, аналітичний – у відомості 3.2.

Згідно з П(С)БО 9 «Запаси» до складу первісної вартості запасів, придбаних за грошові кошти, включаються суми транспортно-заготівельних витрат (ТЗВ), які пов'язані з придбанням запасів. До складу ТЗВ входять витрати на заготівлю товарів, оплата тарифів за вантажно-розвантажувальні роботи і транспортування товарів усіма видами транспорту до місця їхнього використання, включаючи витрати на страхування ризиків транспортування товарів. ТЗВ в обліку може відображатися двома методами:

1) метод прямого розподілу (використовується тоді, коли можна вірогідно визначити суму таких витрат);

2) метод середнього відсотку (сума ТЗВ у процесі надходження товарів на підприємство між одиницями товарів не розподіляється, а враховується на субрахунку 289) [5].

В оптовій торгівлі застосовуються такі форми реалізації товарів:

1) зі складу;

2) транзитом.

Розглянемо детальніше кореспонденцію рахунків із реалізації товарів транзитом, наведену у табл. 2.

Таблиця 2

Відображення в бухгалтерському обліку реалізації товарів транзитом

Зміст операції	Дт	Кт	Сума
З участю у розрахунках			
1. На поточний рахунок отримано оплату від покупця за товар по продажній вартості	311	681	60000
2. Відображено ПДВ	643	641	10000
3. Перераховано з поточного рахунку передоплату за товар постачальнику	631	311	50000
4. Відображено ПДВ	641	644	8333,33
5. Постачальник відвантажив товари на адресу покупця	361	702	60000
6. Списано ПДВ	702	643	10000
7. Здійснено взаємозалік заборгованостей	681	361	60000
8. Відображено собівартість реалізованих товарів	902	631	50000
9. Списано ПДВ	644	631	8333,33
10. Віднесено доходи на фінансовий результат	702	791	50000
11. Віднесено собівартість на фінансовий результат	791	902	50000
12. Відображено прибуток (збиток)	441(791)	791(441)	
Без участі в розрахунках			
1. Відображено винагороду від покупця за організацію транзитного обороту	361	702	500
2. Відображено ПДВ	702	641	83,33
3. Надійшла на поточний рахунок винагорода від покупця	311	361	500
4. Списано дохід на фінансовий результат	702	791	500
5. Відображено винагороду від постачальника	377	702	460
6. Відображено ПДВ	702	641	76,66
7. Списано на фінансовий результат доходи	702	791	76,66
8. Отримано оплату від постачальника за надання посередницьких послуг	311	377	460

Тепер розглянемо особливості ведення обліку на підприємствах роздрібної торгівлі.

Роздрібна торгівля – це вид економічної діяльності у сфері товарообігу, що охоплює купівлю-продаж товарів кінцевому споживачеві та надає йому торговельні послуги [6].

Аналітичний облік переміщення товарів у роздрібній торгівлі ведеться матеріально-відповідальною особою або по бригадам. У роздрібній торгівлі облік товарів ведеться на рахунку 282.

У роздрібну торгівлю товари можуть надходити безпосередньо від постачальників, з розподільних складів, шляхом закупівлі в населення, із власних виробничих підприємств. Надходження товарів супроводжується товарно-транспортними накладними, накладними-вимогами на відпуск (внутрішнє переміщення) матеріалів, закупівельними актами, податковими накладними [5].

Товари в роздрібній торгівлі відображаються по продажній вартості, яка включає в себе суму торгової націнки і ПДВ.

Згідно з П(С)БО 9 «Запаси» для роздрібних підприємств собівартість реалізації товарів частіше всього розраховується методом ціни продаж, для якого характерно нарахування торгової націнки. Торгова націнка являє собою різницю між продажною і покупною вартістю товарів. Торгова націнка покриває поточні витрати, такі як: оренда приміщення, заробітна плата співробітників, охорона, телефон, прибирання тощо, з решти коштів формується прибуток торговельного підприємства.

Для підприємств роздрібної торгівлі розподіл транспортно-заготівельних витрат і торгової націнки здійснюється одночасно. Для цього визначається середній відсоток ТЗВ і торгової націнки:

1) Середній відсоток ТЗВ = (Залишок ТЗВ на початок місяця (289 рахунок) + Надійшло за місяць (обороти 289)) / (Продажна вартість товарів на початок місяця + Продажна вартість отриманих за місяць товарів).

2) Середній відсоток торгової націнки = (Залишок торгової націнки на початок місяця (285 рахунок) + Торгова націнка у продажній вартості отриманих за місяць товарів (обороти 285)) / (Продажна вартість товарів на початок місяця + Продажна вартість отриманих за місяць товарів).

Таким чином, ведення обліку в оптовій торгівлі відрізняється від ведення обліку у роздрібній торгівлі, по-перше, тим, що в оптовій торгівлі облік ведуть за первісною (купівельною) вартістю, а в роздрібній торгівлі – за продажними цінами. По-друге, роздрібна торгівля займається реалізацією товарів безпосередньо кінцевим споживачам, а оптова торгівля – реалізацією товарів для подальшого продажу організаціям, підприємствам.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Пасенко Н. С.

Література: 1. Комерційна діяльність підприємницьких структур. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.refine.org.ua/pageid-3585-4.html. **2.** Про Порядок заняття торговельною діяльністю і правила торговельного обслуговування населення [Електронний ресурс] : Закон України від 15.06.2006 № 833. – Режим доступу : http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/108-95-%D0%BF. **3.** Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 9 «Запаси» від 20 жовтня 1999 року [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.nibu.factor.ua/ukr/info/instrbuh/psbu9. **4.** Про затвердження Методичних рекомендацій з бухгалтерського обліку запасів [Електронний ресурс] : Наказ Міністерства фінансів від 10.01.2007 № 2. – Режим доступу : http://www.minfin.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=293629&cat_id=293536. **5.** Маляревський Ю. Д. Облік у галузях виробництва і послуг : навч. посіб. / Ю. Д. Маляревський, М. С. Горєва, Н. С. Пасенко. – Харків : ВД "ІНЖЕК", 2012. – 400 с. **6.** Поняття оптової і роздрібної торгівлі [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.buh-galter.info/944-ponyatiya-roznichnoy-i-optovoy-torgovli.html.

ОСОБЕННОСТИ НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ ЮРИДИЧЕСКИХ ЛИЦ-ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ

УДК 336.226.12

Исмайлова В. В.

Студент 3 курса
факультета учета и аудита ХНЭУ им. С. Кузнеца

Аннотация. *Рассмотрены основные аспекты организации учёта и требования к ведению бухгалтерского учёта субъектов малого предпринимательства. Также рассмотрены критерии разграничения субъектов малого предпринимательства и системы налогообложения и ведения учёта хозяйствующих субъектов – юридических лиц.*

Ключевые слова: *субъекты малого предпринимательства, упрощённая система налогообложения, общая система налогообложения, финансовая отчётность СМП.*

© Исмайлова В. В., 2015

Анотація. *Розглянуто основні аспекти організації обліку та вимоги до ведення бухгалтерського обліку суб'єктів малого підприємництва. Також розглянуто критерії розподілу суб'єктів малого підприємництва і системи оподаткування і ведення обліку господарчих суб'єктів – юридичних осіб.*

Ключові слова: *суб'єкти малого підприємництва, спрощена система оподаткування, загальна система оподаткування, фінансова звітність СМП.*

Annotation. *The main aspects of accounting organization and requirements for record keeping of small business entities are studied. The criteria of delimitation of small business entities and taxation system and also record keeping of enterprise entities-legal persons are studied.*

Keywords: *small businesses, a simplified system of taxation, the total tax system, a simplified chart of accounts, financial statements of SMEs.*

В Украине субъекты малого предпринимательства (СМП) составляют весьма существенный сектор экономики. И хотя государство на уровне законодательных актов декларирует поддержку таких лиц, далеко не все заложенные нормы действуют фактически. Есть противоречия в нормативно-законодательных актах по поводу критериев отнесения субъектов хозяйственной деятельности к категории малых и микросубъектов, что обусловило актуальность работы.

Одним из существенных направлений развития малого предпринимательства является получение достоверной информации, необходимой для управления малым бизнесом. Такую информацию можно получить благодаря данным бухгалтерского учёта.

Проблему ведения бухгалтерского учёта у субъектов малого предпринимательства исследовали такие учёные, как: Матейко С. В., Варналий З. С., Михайлов М. Г., Новодворский В. Д., Горяйнова Ю. С., Гура И. О. Но изменения в сфере налогообложения малого предпринимательства требуют усовершенствования системы получения информации и, как следствие, внесения изменений в ведение бухгалтерского учёта СМП.

Целью данной работы является исследование основных аспектов ведения бухгалтерского учёта субъектов малого предпринимательства.

Объектом выступают особенности ведения бухгалтерского учёта СМП.

Предметом исследования является деятельность субъектов малого предпринимательства.

Критерии разграничения субъектов хозяйственной деятельности в зависимости от количества работающих и доходов от ведения деятельности приведены в ч. 3 ст. 55 Хозяйственного кодекса Украины (табл. 1) [1].

Таблица 1

Субъекты малого и микропредпринимательства

Критерий	Субъекты малого предпринимательства		Субъекты микропредпринимательства	
	юридические лица	физические лица	юридические лица	физические лица
1. Численность	среднее количество работников за отчетный период (календарный год) не превышает 50 человек		среднее количество работников за отчетный период (календарный год) не превышает 10 человек	
2. Доход	годовой доход от любой деятельности не превышает сумму, эквивалентную 10 млн евро, определенную по среднегодовому курсу НБУ		годовой доход от любой деятельности не превышает сумму, эквивалентную 2 млн евро, определенную по среднегодовому курсу НБУ	

Применительно к бухгалтерскому учету всех субъектов малого и микропредпринимательства можно условно разделить на три группы:

1) лица, применяющие П(С)БУ 25;

2) лица, сдающие финотчетность в общем «национальном» формате;

3) лица, использующие Международные стандарты финансовой отчетности (МСФО) [1].

Согласно П(С)БУ 25 «Финансовая отчётность СМП» [2] малые предприятия подают сокращённую квартальную и годовую финотчётность, которая состоит из Баланса (форма № 1м и № 1мс) и Отчёта о финрезультатах (форма № 2м и № 2мс). При этом субъекты малого предпринимательства могут вести учёт необоротных активов только по первоначальной стоимости, без учёта уменьшения полезности и переоценки к справедливой стоимости; не создавать обеспечения затрат и платежей, а признавать соответствующие затраты в периоде их фактического понесения; признавать расходы и доходы с учётом требований Налогового кодекса Украины, текущую дебиторскую задолженность включать в итог баланса по её фактической сумме.

Нормы Национального положения (стандарта) применяются к финансовой отчетности и консолидированной финансовой отчетности юридических лиц (далее – предприятия) всех форм собственности (кроме банков

и бюджетных учреждений), которые обязаны представлять финансовую отчетность согласно законодательству. Финансовая отчетность состоит из: баланса (отчета о финансовом состоянии), отчета о финансовых результатах (отчета о совокупном доходе), отчета о движении денежных средств, отчета о собственном капитале и примечаний к финансовой отчетности. Баланс предприятия составляется на конец последнего дня отчетного периода. Промежуточная (месячная, квартальная) отчетность, которая охватывает определенный период, составляется нарастающим итогом с начала отчетного года.

Международный стандарт финансовой отчетности для малых и средних предприятий могут применять предприятия, которые обязаны применять международные стандарты финансовой отчетности в соответствии с законодательством, а также те предприятия, которые приняли такое решение самостоятельно. Применение международного стандарта финансовой отчетности для малых и средних предприятий не допускается предприятиями, на которые не распространяется сфера его применения. Предприятия, которые для составления финансовой отчетности применяют международный стандарт финансовой отчетности для малых и средних предприятий, используют формы отчетов, утвержденные Национальным положением (стандартом) [3].

Основным фактом, который влияет на построение учёта в малом бизнесе, является действующая система налогообложения.

Системы налогообложения в Украине для хозяйствующих субъектов – юридических лиц представлены двумя формами: общей и упрощенной.

Упрощенная система налогообложения юридических лиц регламентирована разд. 14, гл. 1 Налогового Кодекса Украины [4], в соответствии с которым плательщики разделены на 2 группы (табл. 2) [5].

Таблица 2

Упрощённая система налогообложения юридических лиц

<table>
<tr><th rowspan="2">Группа</th><th rowspan="2">Ограничения</th><th rowspan="2">Виды деятельности</th><th colspan="2">Ставка налога</th></tr>
<tr><th>Основная</th><th>Повышенная</th></tr>
<tr><td rowspan="2">4 группа</td><td rowspan="2">– среднеучетное количество наемных работников – не больше 50 лиц;
– годовой объем дохода не должен превышать 5 000 000 грн</td><td rowspan="4">Осуществляют любые виды деятельности, кроме тех, которые запрещены плательщикам единого налога</td><td>3 % от дохода для плательщиков НДС</td><td rowspan="4">Двойной размер ставок (то есть 6 % или 10 %, 10 % или 14 % соответственно).
Устанавливается для:
1) суммы превышения объема дохода, который дает права применять упрощенную систему;
2) дохода, полученного при применении другого способа расчетов, чем денежный;
3) дохода, полученного от осуществления видов деятельности, которые не дают права применять упрощенную систему налогообложения</td></tr>
<tr><td>5 % от дохода для неплательщиков НДС</td></tr>
<tr><td rowspan="2">6 группа</td><td rowspan="2">– среднеучетное количество наемных работников – не ограничено;
– годовой объем дохода не должен превышать 20 000 000 грн</td><td>5% от дохода для плательщиков НДС</td></tr>
<tr><td>7 % от дохода для неплательщиков НДС</td></tr>
</table>

Общая система для юридических лиц представлена уплатой налога на прибыль по ставке 18 % и альтернативными ставками с 1 января.

Малые предприятия могут использовать простую, упрощённую, мемориально-ордерную, журнальную и автоматизированную формы бухгалтерского учёта [6; 7].

При применении простой формы хозяйственные операции отражают в Книге учёта хозяйственных операций, она предусматривает также использование ведомостей.

Упрощённая форма может вестись малыми предприятиями по их выбору. Она предусматривает два варианта: простая и форма бухгалтерского учёта с использованием регистров учёта имущества.

Регистры бухгалтерского учета для малых предприятий предназначены для ведения регистров бухгалтерского учета юридическими лицами – субъектами предпринимательской деятельности любой организационно-правовой формы и формы собственности (кроме банков) с признаками малых предприятий, а также юридическими лицами (кроме бюджетных учреждений), не занимающихся предпринимательской (коммерческой) деятельностью.

Мемориально-ордерная форма предполагает на основе первичных документов, проверенных и сгруппированных по определённому признаку, составляют мемориальные ордера.

При использовании журнальной формы учёта информация из первичных и сводных документов переносится в журналы и ведомости.

При автоматизированной форме бухгалтерского учёта сбор, систематизация и обработка учётной информации происходят с разработанным программным обеспечением.

Простая и упрощённая формы бухучёта имеют рекомендательный характер ведения бухучёта на малых предприятиях. При использовании данных форм малое предприятие должно использовать упрощенный План счетов бухгалтерского учёта.

Упрощенный План счетов имеет ряд характерных особенностей [8]: использование синтетических счетов первого порядка для учёта целого класса активов, обязательств или капитала. Но бухгалтерия предприятия всё равно должна разрабатывать ряд субсчетов для отдельных синтетических счетов. Это обусловлено необходимостью детализации информации о доходах и расходах с целью дальнейшего составления финансовой отчетности субъектов малого предпринимательства.

Таким образом, для правильного ведения бухгалтерского учёта на малом предприятии необходимо выбрать оптимальную форму бухгалтерского учёта в зависимости от характера и объёмов производства. Наличие значительных различий в порядке ведения учёта отдельных групп СМП повышает требования к специалистам. Сокращение и упрощение учёта на малом предприятии возможно до определённого предела и не всегда является уместным. В связи с этим вместе со стремлением наименьших затрат времени на его ведение нужно обеспечить действующие требования к организации учёта определёнными нормативными актами. Использование упрощённого Плана счетов на предприятии не отображает полной информации, необходимой для составления отчётности, поэтому уполномоченные органы предприятия должны разрабатывать собственный план счетов с использование субсчетов. Составление упрощённой финотчётности позволит сократить затраты времени на бухгалтерский учёт.

Научный руководитель – канд. экон. наук, доцент Часовникова Ю. С.

Литература: 1. Субъекты малого предпринимательства: особенности организации и учёта [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://buhgalter.com.ua/articles/details/495076. **2.** Положение (стандарт) бухгалтерского учета 25 «Финансовый отчет субъекта малого предпринимательства» [Электронный ресурс] : Приказ Минфина Украины от 25.02.2000 № 39. – Режим доступа : http://www.nibu.factor.ua/info/instrbuh/psbu25. **3.** Национальное положение (стандарт) бухгалтерского учета 1 «Общие требования к финансовой отчетности» [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://www.nibu.factor.ua/info/instrbuh/npsbu1. **4.** Податковий кодекс України [Електронний ресурс] : Закон України від 01.10.2014 № 2755-VI. – Режим доступу : http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/2755-17. **5.** Единый налог для юридических лиц в 2014 г. [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://www.ntsconsult.com.ua/index.php?option=com_content&task=view&id=180&Itemid=110. **6.** Всё о бухгалтерском учёте [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://www.vobu.com.ua/rus/crib_categories/question/7. **7.** Маляревский Ю. Д. Конспект лекций для студентов направления подготовки 6.0330509 «Учёт и аудит» / Ю. Д. Маляревский, Ю. С. Горяйнова. – Харьков : Изд-во «ИНЖЕК»,2007. – 200 с. **8.** Петрищева А. Бухгалтерский учёт на малом предприятии [Электронный ресурс] / А. Петрищева. – Режим доступа : http://www.consult.kharkov.ua/?page=article_show&article_id=1234.

ЗАСТОСУВАННЯ ТАКСОНОМІЧНОГО АНАЛІЗУ ПРИ ОЦІНЦІ ЕФЕКТИВНОСТІ КРЕДИТНИХ ОПЕРАЦІЙ БАНКУ

УДК 657.922:336.717.061

Іванова В. Є.

Студент 4 курсу
факультету обліку і аудиту ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Розглянуто сутність таксономічного показника, наведено теоретичне та практичне обґрунтування використання таксономічної моделі для ефективності кредитних операцій банку. Визначено координати вектора-еталона, проаналізовано динаміку ефективності кредитних операцій банку.*

Ключові слова: *таксономічний аналіз, кредитні операції, ефективність, капітальні вкладення, вектор-еталон.*

© Іванова В. Є., 2015

Аннотация. *Рассмотрена сущность таксономического показателя, приведено теоретическое и практическое обоснование использования таксономической модели для эффективности кредитных операций банка. Определены координаты вектора-эталона, проанализирована динамика эффективности кредитных операций банка.*

Ключевые слова: *таксономический анализ, кредитные операции, эффективность, капитальные вложения, вектор-эталон.*

Annotation. *The essence of taxonomic indicator provides theoretical and practical justification taxonomic model for efficiency credit transactions. Determinations of vector-benchmark, the dynamic efficiency credit transactions.*

Keywords: *taxonomic analysis, credit operations, efficiency, investments, vector the standard.*

Якісне кредитне забезпечення суб'єктів господарювання є дієвим способом виходу економіки із кризи. Економіка країни й досі перебуває в тому стані, коли її розвиток гальмується відсутністю чітко визначених пріоритетних програм розвитку підприємництва, у тому числі програм розвитку за допомогою кредиту. Кредит є обов'язковою умовою розширеного відтворення, важливою складовою діяльності державних, акціонерних і приватних підприємств, надійним інструментом, який опосередковує процес виробництва та реалізації продукції. Кредит сприяє науково-технічному прогресу, є джерелом капітальних вкладень, також є основним джерелом доходів банків від здійснення кредитних операцій.

Проблемам управління та оптимізації структури кредитних операцій присвячено праці як вітчизняних, так і зарубіжних авторів. Перші спроби оцінки ролі банківської діяльності у зарубіжній економічній науці були здійснені стосовно ролі кредиту такими відомими вченими, як А. Вагнером, Дж. Ло, С. Мілем, А. Смітом, І. Фішером, М. Фрідманом та ін. Вивченню організації системи управління кредитним портфелем у комерційному банку приділяли увагу такі українські вчені, як В. Базилевич, В. Геєць, О. Корольов, І. Ткаченко та ін. Серед зарубіжних дослідників, які зробили внесок у розробку цієї проблеми, варто зазначити М. Грубера, Е. Елтона, Дж. Неймана, У. Шарпа та ін. [1].

Метою статті є побудова таксономічного показника оцінки ефективності кредитних операцій банку.

Одним із перших методів дослідження багатомірних об'єктів був таксономічний показник рівня розвитку (за В. Плютою) [2]. Цей показник являє собою статистичну величину, «рівнодіючу» всіх ознак, що характеризують одиниці досліджуваної сукупності, що дозволяє з його допомогою лінійно впорядкувати елементи цієї сукупності.

Треба зазначити, що таксономічний показник змінюється в межах від 0 до 1, його інтерпретація така: він приймає високі значення за великих значень стимуляторів і низькі значення – з а малих значень стимуляторів. Побудований таким чином таксономічний показник синтетично характеризує зміну значень ознак досліджуваних показників ефективності діяльності банку в аналізованому періоді [3].

Слід провести таксономічний аналіз ефективності кредитних операцій АТ «Райффайзен Банк Аваль» за період 2011-2013 рр. за показниками, наведеними у табл. 1.

Таблиця 1

Вихідні дані для побудови таксономічного показника рівня розвитку

№	Показник	2011 рік	2012 рік	2013 рік	Середнє значення показника	Середнє квадратичне відхилення
1	Чиста процентна маржа, %	7,628	8,843	8,495	8,322	0,510883548
2	Чистий спред, %	12,054	14,173	16,221	14,1493333	1,701252937
3	Коефіцієнт надійності	0,132	0,144	0,153	0,143	0,008602325
4	Коефіцієнт участі власного капіталу у формуванні активів	0,117	0,126	0,133	0,12533333	0,006548961
5	Норматив максимального розміру кредитного ризику на одного контрагента Н7	12,9	11,26	10,64	11,6	0,953449876
6	Норматив великих кредитних ризиків Н8	23,04	32,08	20,87	25,33	4,854489331
7	Норматив максимального розміру кредитів, гарантій, та поручительств, наданих одному інсайдеру Н9	0,16	0,24	4,89	1,76333333	2,21112842
8	Норматив максимального сукупного розміру кредитів, гарантій та поручительств, наданих інсайдером Н10	2,93	1,81	7,84	4,19333333	2,618808041
9	Прибутковість статутного капіталу	0,025	1,021	1,127	0,72433333	0,496393213

Для визначення рівня ефективності кредитних операцій АТ «Райффайзен Банк Аваль» в аналізованому періоді було розраховано таксономічний показник. Хоч і показники ефективності кредитних операцій банку мають однакові одиниці виміру, необхідно провести процедуру стандартизації їх значень за формулою:

$$x = \frac{X - \overline{X}}{\sigma}. \quad (1)$$

Стандартизовані значення показників ефективності кредитних операцій банку наведено в табл. 2.

Таблиця 2

Визначення координат вектора-еталона ефективності кредитних операцій АТ «Райффайзен Банк Аваль»

Показники ефективності діяльності банку	Значення показника у відповідному році			Стимулятор / дестимулятор	Вектор-еталон
	2011	2012	2013		
Чиста процентна маржа, %	-1,358	1,020	0,339	+	1,020
Чистий спред, %	-1,232	0,014	1,218	+	1,218
Коефіцієнт надійності	-1,279	0,116	1,162	+	1,162
Коефіцієнт участі власного капіталу у формуванні активів	-1,272	0,102	1,171	+	1,170669177
Норматив максимального розміру кредитного ризику на одного контрагента Н7	1,363	-0,357	-1,007	-	1,006869919
Норматив великих кредитних ризиків Н8	-0,472	1,390	-0,919	-	0,918737213
Норматив максимального розміру кредитів, гарантій, та поручительств, наданих одному інсайдеру Н9	-0,725	-0,689	1,414	-	0,725119952
Норматив максимального сукупного розміру кредитів, гарантій та поручительств, наданих інсайдером Н10	-0,482	-0,910	1,392	-	0,91008325
Прибутковість статутного капіталу	-1,592	-1,211	-1,171	-	1,171

Для визначення рівня ефективності кредитних операцій АТ «Райффайзен Банк Аваль» в аналізованому періоді було розраховано відстані від значень показників відповідного року до значень відповідних показників вектора-еталона [4]. Чим менше ця відстань, тим вище рівень ефективності кредитних операцій досліджуваного банку. Зазначена відстань розрахована за формулою звичайної евклідової відстані (2):

$$\sqrt{(xx - x_1 e)^2 + (xx - x_2 e)^2 + ... + (xx - x_n e)^2}$$
$$R_j = \sqrt{(1 - x_{1j})^2 + (1 - x_{2j})^2 + ... + (1 - x_{nj})^2} \quad (2)$$

Таксономічний показник ефективності кредитних операцій банку було розраховано за формулою:

$$K_i = 1 - \frac{d_{ij}}{d}. \quad (3)$$

Для визначення рівня ефективності кредитних операцій АТ «Райффайзен Банк Аваль» на основі побудованого таксономічного показника прийнято рішення виділити 3 діапазони, потрапляння таксономічного показника до яких характеризує рівень ефективності діяльності банку відповідно як високий, середній або низький [5].

Результати розрахунку таксономічного показника рівня ефективності діяльності АТ «Райффайзен Банк Аваль» наведено в табл. 3.

Як видно з наведеної табл. 3, рівень кредитних операцій у 2011–2013 рр. мав достатньо нестійкі тенденції, жоден з показників не наближений до 1. В 2011 році таксономічний показник кредитних операцій мав поганий коефіцієнт, а в 2012 та 2013 рр. – середні коефіцієнти (рис. 1).

Таким чином, аналіз отриманих результатів дозволив встановити, що саме 2012 р. характеризується найкращим станом ефективності кредитних операцій, адже таксономічний показник у 2012 році мав найбільше значення -0,533. Найбільший негативний вплив на зниження рівня ефективності кредитних операцій в АТ «Райффайзен Банк Аваль» в 2013 році мають показники як норматив максимального розміру кредитного ризику на одного контрагента, норматив великих кредитних ризиків, норматив максимального розміру кредитів, гарантій, та поручительств,

наданих одному інсайдеру, норматив максимального сукупного розміру кредитів, гарантій та поручительств, наданих інсайдером, прибутковість статутного капіталу.

Таблиця 3

Значення таксономічного показника рівня ефективності кредитних операцій АТ «Райффайзен Банк Аваль»

Показник	Рік	Відстань до вектора-еталона	Таксономічний показник кредитних операцій
2	2011	5,455	0,172
3	2012	3,073	0,533
4	2013	3,216	0,512
Середнє значення відстаней	3,915		
Середнє квадратичне відхилення	1,336		
d = Середнє значення відстаней +2 × середнє квадратичне відхилення	6,587		

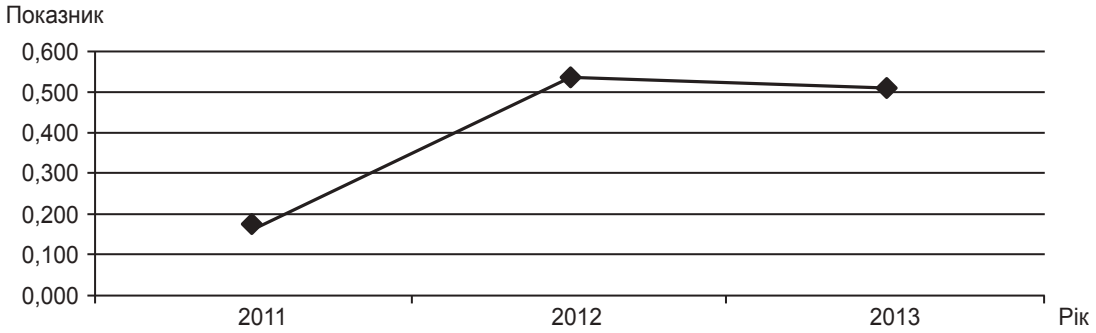


Рис. 1. **Динаміка таксономічного показника кредитних операцій АТ «Райффайзен Банк Аваль» за період 2011–2013 рр.**

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Петряєва З. Ф.

Література: 1. Банківські операції : підручник / А. М. Мороз, М. І. Савлук, М. Ф. Пуховкіна та ін. ; за ред. А. М. Мороза. – Київ : КНЕУ, 2009. – 476 с. **2.** Плюта В. Порівняльний аналіз в економічних дослідженнях: методи таксономії і факторного аналізу / Пер. з наук. ред. В. М. Жукової. – М. : Статистика, 2011. – 151 с. **3.** Пономаренко В. С. Аналіз даних у дослідженнях соціально-економічних систем : монографія / В. С. Пономаренко, Л. М. Малярець. – Харків : ВД «ІНЖЕК», 2009. – 430 с. **4.** Стубайло Т. Основні напрямки кредитної політики комерційних банків / Т. Стубайло // Банківська справа. – 2012. – № 2 (26). – С. 43–48. **5.** Дані фінансової звітності АТ «Райффайзен Банк Аваль» [Електронний ресурс]. – Режим доступ : http://www.aval.ua/ru/about/bank_reports.

ПРОБЛЕМИ ОБЛІКУ КРЕДИТНИХ ОПЕРАЦІЙ У БАНКІВСЬКИХ УСТАНОВАХ

УДК 336.774

Карпенко Т. В.
Сергієнко В. В.

Студенти 3 курсу
факультету обліку і аудиту ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Визначено поняття «банківський кредит» та розглянуто особливості обліку кредитних операцій у банківських установах. Розглянуто основні проблеми обліку кредитних операцій. Розглянуто також можливі шляхи вирішення проблем обліку кредитних операцій.*

Ключові слова: *банківська система, банківський кредит, пролонгований кредит.*

Аннотация. *Дано определение понятию «банковский кредит» и рассмотрены особенности учёта кредитных операций в банковских учреждениях. Рассмотрены основные проблемы учёта кредитных операций. Рассмотрены также возможные пути решения проблем учёта кредитных операций.*

Ключевые слова: *банковская система, банковский кредит, пролонгированный кредит.*

Annotation. *In the article provides a definition of a bank loan. The features of accounting in bank lending, institutions. The main problems of accounting of credit operations. Consider possible solutions accounting credit operations.*

Keywords: *the banking system, the bank credit, the extended credit.*

У теперішній час виникає необхідність постійної уваги до банківської системи шляхом проведення політики, спрямованої на її стабільне функціонування та розвиток. Кредитно-банківська система за умов ринку відіграє важливу роль у підвищенні ефективності економіки країни. Окремим елементом цієї системи є кредитні відносини. Спостерігається розширення суб'єктів кредитних відносин та зростання різноманіття кредитних операцій. З кожним роком кредитування отримує все найбільший розвиток і поширення. Проте з кредитними операціями пов'язана низка проблем через недосконалість законодавчої бази, високий рівень ризику та збільшення проблемної заборгованості.

Вагомий внесок у дослідження питань організації обліку кредитних операцій, приведення їх у відповідність із міжнародними нормами, правилами та принципами зробили Андросова О. Ф., Герасимович А. М., Кіндрацька Л. М., Ричаківська В. І. Але ряд проблем потребують подальшого дослідження.

Метою цього дослідження є виявлення проблем обліку кредитних операцій у банківських установах.

Кредитна система складається з банків та кредитних установ, що мають ліцензію Національного банку України та одночасно виступають у ролі покупця і продавця існуючих у суспільстві тимчасово вільних коштів.

Згідно із Законом України «Про банки і банківську діяльність» банківський кредит – це будь-яке зобов'язання банку надати певну суму грошей, будь-яка гарантія, будь-яке зобов'язання придбати право вимоги боргу, будь-яке продовження строку погашення боргу, яке надано в обмін на зобов'язання боржника щодо повернення заборгованої суми, а також на зобов'язання на сплату відсотків та інших зборів із такої суми. За строками користування з визначення ризиків при формуванні резервів кредит можна поділити на строковий (короткостроковий, довгостроковий), відстрочений (пролонгований), прострочений та сумнівний до повернення [1].

Складений за міжнародними стандартами бухгалтерського обліку план рахунків банків України забезпечував використання в бухгалтерському обліку рахунків пролонгованої заборгованості впродовж декількох років. Тому потрібно повернутись до такої практики, удосконаливши її відповідно до сучасного стану кредитних послуг клієнтам, що пропонуються банками, та базуючись на практичному досвіду банківських установ.

На сьогодні основною проблемою банківської системи залишається недостатня ліквідність, яка виникає внаслідок розходжень між термінами повернення пасивів (депозити фізичних та юридичних осіб) та термінами отримання платежів навіть за строковими кредитами (недоцільно враховувати прострочені та сумнівні до повернення, оскільки вони в момент виникнення вже впливають на стан ліквідності). Таким чином, постає потреба перевірки правильності, повноти та об'єктивності обліку строкових кредитів, які мають вплив на ліквідність банку та можливість її оцінки клієнтами [2].

У банках облік кредитних операцій спрямований таким чином, щоб обмежити кредитний ризик під час здійснення таких операцій. Організація обліку кредитних операцій у загальному плані складається з розподілу

© Карпенко Т. В., Сергієнко В. В., 2015

обов'язків та повноважень під час здійснення операцій, опису процедури виконання операцій на підставі внутрішньобанківських документів та контролю за операціями [3].

Ефективність кредитних відносин між банками та клієнтами може бути досягнута у разі дотримання принципів банківського кредитування, таких як: строковість, цільовий характер використання, повернення, забезпеченість, платність кредиту.

Якість активних операцій повної мірою розкривається у звітності банків, що формується на стандартах і правилах ведення бухгалтерського обліку. Важливе місце в активних операціях та загальних доходах посідає обсяг власного капіталу та якість кредитного портфеля, який має найвищий ризик впливу на стан надходжень та капіталу.

Також проблемою кредитних операцій є обмежене відображення в плані рахунків банку операцій із позичальниками. Виділяють операції з фізичними, юридичними особами, органами державної влади та банками. Фізичних осіб-підприємців чинне законодавство відносить до юридичних осіб. Отже, при банківському кредитуванні для фізичних осіб-підприємців застосовуються такі самі коефіцієнти резервування, як і для юридичних осіб. Однак кредитування фізичних осіб-підприємців є більш ризиковим [4].

Недосконаліть механізму обліку кредитних операцій проявляється у тому, що кредити в обліку відображаються на рахунках короткострокових (до одного року) та довгострокових (більше одного року) кредитів. Клієнти не можуть повною мірою оцінити показники ліквідності банківської установи.

Таким чином, кредит є дуже важливою складовою розвитку сучасної ринкової економіки і відіграє провідну роль у кредитуванні різних галузей економіки, виробництва та суб'єктів господарювання. На сьогодні наявність оперативної облікової інформації є необхідною умовою підвищення ефективності банківських кредитних операцій [5].

Вивчення проблем удосконалення обліку кредитних операцій приводить до спрощення облікових процедур за кредитними операціями та покращення аналізу діяльності банку, що відновить довіру клієнтів до банківських установ.

Для підвищення дохідності кредитних операцій та успішного кредитування банки мають здійснювати зрозумілу та гнучку систему управління власним кредитним портфелем. Рішення щодо зазначених питань буде сприяти не тільки вдосконаленню бухгалтерського обліку, але й підвищенню ефективності управління кредитним портфелем банку, що є необхідною умовою його діяльності. Розробка заходів щодо підвищення ефективності управління кредитним портфелем є перспективним напрямком подальшого дослідження.

Науковий керівник – канд. екон. наук, старший викладач Литвиненко А. О.

Література: 1. Про банки і банківську діяльність [Електронний ресурс] : Закон України від 12.12.2008 № 661-VI. – Режим доступу : http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/2121-14. **2.** Погосова А. В. Облікове забезпечення управління кредитними операціями банку [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.m.nayka.com.ua **3.** Микова М. Удосконалення механізму формування резервів на покриття можливих збитків від кредитних операцій банківських установ України / М. Микова // Банківська справа. – 2011. – № 3. – С. 80–86. **4.** Горська О. Роль банківської системи у структурному регулюванні економіки / О. Горська, О. Фащевська // Фінанси України. – 2010. – № 12. – С. 107–113. **5.** Кіндрацька Л. М. Облік у банках : навч.-метод. посіб. / Л. М. Кіндрацька, Ю. К. Семеніченко, М. Ю. Тюхляєва. – Київ : КНЕУ, 2012. – 404 с.

ОСОБЛИВОСТІ ОБЛІКУ ПОТОЧНИХ БІОЛОГІЧНИХ АКТИВІВ РОСЛИННИЦТВА

УДК 631.162

Карпенко Т. В.

Студент 3 курсу
факультету обліку і аудиту ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Дано визначення біологічним активам і поточним біологічним активам рослинництва. Розглянуто особливості та основні проблеми обліку таких біологічних активів. Запропоновано можливі шляхи удосконалення обліку поточних біологічних активів рослинництва.*

Ключові слова: *поточні біологічні активи рослинництва, сільськогосподарська діяльність, справедлива вартість.*

Аннотация. *Дано определение биологическим активам и текущим биологическим активам растениеводства. Рассмотрены особенности и основные проблемы учета таких биологических активов. Предложены возможные пути усовершенствования учёта текущих биологических активов растениеводства.*

Ключевые слова: *текущие биологические активы растениеводства, сельскохозяйственная деятельность, справедливая стоимость.*

Annotation. *In the article provides a definition of biology assets and current biology assets of crop. The features and key accounting issues such biological assets. The possible ways to improve the current biological assets accounting crop.*

Keywords: *current biological assets of crop, agricultural activities, the fair value.*

Важливим напрямком переведення економіки на ринкові відносини є сучасна аграрна політика нашої держави. Вона спрямована на вдосконалення виробничих відносин в агропромисловому комплексі. Як наслідок, зростає роль бухгалтерського обліку та контролю за процесом виробництва в сільськогосподарських підприємствах України, а також виникає необхідність його вдосконалення.

Методика та організація обліку сільськогосподарських підприємств визначаються загальними принципами та правилами, що закріплені на законодавчому рівні. Одним із головних нормативно-правових документів є П(С)БО 30 «Біологічні активи». За період дії цього документа виникли питання, які є дискусійними на сьогодні. Отже, ряд науковців, такі як Жук В. М., Сук Л. К., Огійчук М. Ф., Коцупатрий М. М., присвячують свої праці проблемам та механізмам обліку біологічних активів. Водночас слід зазначити, що ряд проблем потребують подальшого дослідження.

Метою цієї статті є дослідження особливостей обліку поточних біологічних активів рослинництва.

Предметом статті є поточні біологічні активи рослинництва, а об'єктом – проблеми та особливості їх обліку.

Згідно з П(С)БО 30 біологічний актив – це 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 [1]. А поточний біологічний актив рослинництва – це біологічний актив (рослина), що здатний давати сільськогосподарську продукцію та / або додаткові біологічні активи, приносити іншим способом економічні вигоди протягом періоду, який не перевищує 12 місяців [2].

До поточних біологічних активів рослинництва можна віднести зернові культури, овочеві культури, кормові культури, технічні культури, розплідники тощо.

Поточні біологічні активи рослинництва (сільськогосподарські культури) оприбутковуються по дебету рахунку 21 «Поточні біологічні активи» на субрахунку 211 «Поточні біологічні активи рослинництва, які оцінені за справедливою вартістю».

Рослинництво як галузь характеризується низкою особливостей. По-перше, у сільському господарстві процес виробництва залежить від погодних умов, а також від сезонності. Тому це є визначальною особливістю для ведення бухгалтерського обліку в рослинництві. Через значний вплив на вирощування біологічних активів природно-кліматичних умов технологічні процеси виробництва майже не можуть прискорюватися. Отже, під час організації бухгалтерського обліку треба враховувати ці особливості [3].

По-друге, біологічні активи, додаткові біологічні активи і сільськогосподарську продукцію при їх первісному визнанні необхідно оцінювати за справедливою вартістю, яка зменшена на очікувані витрати на місці продажу. Під час визначення справедливої вартості окремих біологічних активів виникають труднощі щодо її об'єктивності,

© Карпенко Т. В., 2015

тому що справедлива вартість ґрунтується на цінах активного ринку. Цей ринок не завжди є присутнім, а якщо і існує, то може бути відсутня інформація про ринкові ціни по окремих активах, що значно ускладнює їх оцінку [4].

Якщо справедливу вартість поточних біологічних активів рослинництва на дату балансу достовірно визначити неможливо, або вони не досягли зрілості чи технологічний процес їх створення ще є не завершеним, то їх оцінка ведеться за виробничою собівартістю, яка визначається відповідно до П(С)БО 16 «Витрати». У бухгалтерському обліку і звітності такі активи відображаються як незавершене виробництво. До складу витрат включаються: загальновиробничі витрати, прямі матеріальні витрати, прямі витрати на оплату праці, інші прямі витрати.

По-третє, при обліку поточних біологічних активів рослинництва до витрат на збут належать не всі витрати, а лише ті, що пов'язані з продажем біологічних активів на ринку.

Ще однією особливістю обліку поточних біологічних активів є їх здатність трансформуватися, тобто рости та розмножуватися.

Рахунок 23 «Виробництво» та субрахунок 231 «Рослинництво» використовують для обліку витрат і виходу продукції основного виробництва. Рахунок активний, балансовий, операційний, калькуляційний. За дебетом ведеться облік зібраних витрат, а за кредитом – облік виробленої продукції.

У дебеті рахунку 23 обліковують:

– витрати минулого року під урожай поточного року (незавершене виробництво на початок звітного року);

– витрати поточного року під урожай поточного року;

– витрати поточного року під урожай майбутнього року (незавершене виробництво на кінець звітного року).

У господарствах значна частина продукції рослинництва використовується на кормові цілі. Відповідно до чинного порядку обліку на субрахунку 231 "Рослинництво" ведеться не лише виробництво цієї продукції, але і її переробка та доведення до стану, що придатний для згодовування тварини. Для таких цілей відкривають аналітичні рахунки «Заготівля силосу» та «Заготівля сінажу».

У рослинництві види сільськогосподарських робіт під урожай майбутнього року є окремим об'єктом обліку витрат. Аналітичний облік витрат під урожай майбутнього року ведеться за кожним найменуванням робіт [2].

Облік продукції рослинництва може здійснюватися і без використовування рахунка 21 «Поточні біологічні активи». Такий спосіб обліку не суперечить головним принципам бухгалтерського обліку.

Сільськогосподарські підприємства використовують спеціалізовані форми первинних документів, більшість із яких не відповідає вимогам стандарту, і це є не менш важливою проблемою. Тому потрібно розробити нові форми, які зможуть забезпечити керівника та бухгалтерію підприємства інформацією щодо прийняття ефективних управлінських рішень.

Таким чином, для удосконалення обліку біологічних активів рослинництва потрібно модернізувати нормативне регулювання у сфері бухгалтерського обліку з метою організаційного та методичного забезпечення застосування національних і міжнародних стандартів, які б ураховували особливості діяльності сільськогосподарських підприємств. Визначення справедливої вартості біологічних активів та сільськогосподарських товарів являється як нормативно вимогою, так і критерієм інвестиційного заохочення підприємства. У зв'язку з нововведеннями в організації обліку біологічних активів методичні рекомендації щодо застосування спеціалізованих форм первинних документів не повною мірою відображають всі специфічні особливості обліку довгострокових та поточних біологічних активів, а тому вони потребують подальшого вивчення з метою удосконалення та застосування на сільськогосподарських підприємствах.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Пасенко Н. С.

Література: 1. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 30 "Біологічні активи" [Електронний ресурс] : Наказ Міністерства фінансів України від 18.11.2005 № 790. – Режим доступу : http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/z1456-05. **2.** Бухгалтерський облік на сільськогосподарських підприємствах України / За заг. ред. А. М. Коваленко. – Дніпропетровськ : ВКК «Баланс-Клуб», 2013. – 736 с. **3.** Моссаковський В. Облік біологічних активів / В. Моссаковський // Бухгалтерський облік і аудит. – 2009. – № 4. – С. 38–48. **4.** Гончаренко Н. Визначення справедливої вартості біологічних активів з урахування цін активного ринку: методичні та інформаційні аспекти / Н. Гончаренко // Бухгалтерський облік і аудит. – 2009. – № 1. – С. 40–45. **5.** Методичні рекомендації з бухгалтерського обліку біологічних активів [Електронний ресурс] : Наказ Міністерства фінансів України від 29.12.2006 № 1315 (зі змін. і допов. від 02.06.2010 № 302). – Режим доступу : http://www.interbuh.com.ua/ru/documents/oneregulations/14150.

ОСОБЛИВОСТІ ОБЛІКУ У БЮДЖЕТНИХ УСТАНОВАХ

УДК 657.3

Карпенко Т. В.

Студент 3 курсу
факультету обліку і аудиту ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Розглянуто сутність та основні особливості ведення бухгалтерського обліку у бюджетних установах. Дано визначення поняттю бухгалтерського обліку в бюджетних установах. Проаналізовано особливості організації обліку в бюджеті. Розглянуто шляхи удосконалення обліку у бюджетних установах та організаціях.*

Ключові слова: *бюджетна установа, бухгалтерський облік, модернізація.*

Аннотация. *Рассмотрены сущность и основные особенности ведения бухгалтерского учёта в бюджетних учреждениях. Дано определение понятию бухгалтерского учёта в бюджетных учреждениях. Проанализированы особенности организации учёта в бюджете. Рассмотрены пути усовершенствования учёта в бюджетних учреждениях и организациях.*

Ключевые слова: *бюджетное учреждение, бухгалтерский учёт, модернизация.*

Annotation. *The article considers the essence and main features of accounting in the budget, institutions. Given the definition of accounting in the budgetary institutions. The features of the organization of accounting in the budget. Discussed ways to improve the keeping in the budgetary institution and organizations.*

Keywords: *budget organization, accounting, modernization.*

Облік у бюджетних установах є одним із важливих галузевих обліків в Україні. Його нормативна база не є розвиненою та досить досконалою, але вона продовжує вдосконалюватись. У реформуванні обліку відповідно до вимог міжнародних стандартів складними є розуміння і врахування вітчизняних економічних та правових умов.

Запорукою ефективності діяльності будь-якого підприємства незалежно від форми його власності і виду діяльності є правильно організований бухгалтерський облік. Як для кожного суб'єкта господарської діяльності, налагоджена система обліку в бюджетних установах – невід'ємний елемент його діяльності.

Необхідність підвищення якості та достовірності бюджетного обліку, прозорості державних фінансів та забезпечення повного відображення нагромаджених даних у звітності, створення умов для їх ефективного аналізу є головною метою реформування бухгалтерського обліку у бюджетних організаціях.

Підвищення рівня управління бюджетною середою через належну організацію бухгалтерського обліку набуло особливої актуальності в сучасних умовах трансформації до міжнародних стандартів, коли перед обліком у бюджетних установах постає низка специфічних проблем, які неможливо розв'язати без ефективної організації бухгалтерського обліку.

Питання організації бухгалтерського обліку у бюджетних установах досліджують багато вчених, а саме: В. І. Голіков, І. А. Зіміна, Т. В. Канаєва, Ю. Д. Маляревський, Н. О. Марценяк [1] та ін. Водночас слід зазначити, що ряд питань потребують подальшого дослідження.

Фінансово-господарська діяльність бюджетних установ має ряд особливостей, що, у свою чергу, впливають на побудову бухгалтерського обліку. Вони є неприбутковими організаціями та функціонують на правах державної власності. Бюджетні установи та організації мають за мету надавати нематеріальні послуги для задоволення потреб населення, а не отримувати прибуток.

О. В. Писарчук і С. В. Жулій зазначають, що бухгалтерський облік у бюджетних установах – це система контролю за наявністю та рухом бюджетних і позабюджетних коштів, яка будується на загальноприйнятих у міжнародній практиці принципах, виконує управлінську, контрольну та інформаційну функції, але має певні особливості [2, с. 152].

Основним завданням обліку у процесі фінансово-господарської діяльності бюджетної установи є забезпечення своєчасного, точного, повного відображення всіх господарських операцій у бухгалтерських документах та використання виділених коштів із бюджетів різних рівнів за цільовим призначенням [1, с. 347].

Законом України «Про бухгалтерський облік і фінансову звітність в Україні» визначено основні положення організації і ведення бухгалтерського обліку та фінансової звітності. Цей Закон розповсюджується на всіх юридичних осіб [3].

© Карпенко Т. В., 2015

Слід зазначити, що основними нормативними документами, відповідно до яких організується облік у бюджетних установах, є Бюджетний кодекс України і Закон «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність». Бюджетним кодексом регулюються відносини, що виникають у процесі складання, розгляду, затвердження, виконання бюджетів та розгляду звітів про їх виконання, а Закон про бухгалтерський облік визначає правові засади організації, ведення бухгалтерського обліку та складання фінансової звітності в Україні.

Для всіх бюджетних установ Державним казначейством України за погодженням з Міністерством фінансів України визначаються єдині правила бухгалтерського обліку всіх фінансових операцій, активів і фінансових зобов'язань держави (ст. 56 Бюджетного кодексу).

Ведення бухгалтерського обліку, здійснення контролю за виконанням кошторисів видатків, а також складання звітності в бюджетних установах покладається на бухгалтерію, яка є, як правило, самостійною службою і має свою структуру. Існують дві організаційні форми обліку в бюджетних установах: бухгалтерії при окремих установах і централізовані бухгалтерії. Самостійні бухгалтерії мають великі установи: вищі навчальні заклади, науково-дослідні інститути, лікарні тощо [4, с. 4].

У той же час до специфічних особливостей організації бюджетного обліку необхідно віднести:

- контроль виконання кошторису видатків;
- роздільний облік касових та фактичних видатків;
- організацію обліку в розрізі статей бюджетної класифікації;
- окремий облік отриманих асигнувань із бюджетів різних рівнів та власних надходжень;
- розподіл обліку видатків за джерелом покриття;
- сувору відповідність обліку і звітності вимогам нормативних документів;
- галузеву специфіку обліку в установах культури, науки, освіти, управління.

Належне функціонування і розвиток установ і закладів бюджетної сфери вимагають підвищення ефективності використання фінансових, матеріальних і трудових ресурсів, що виділяються державою на їх утримання. Що стосується фінансових ресурсів, то внаслідок постійної напруженості бюджету це є досить обмежена кількість ресурсів. Досить часто виділеної кількості фінансових ресурсів може не вистачати для нормального функціонування бюджетної установи. І тому багато з них займаються комерційною діяльністю, тобто надають певні платні послуги, внаслідок чого отримують прибуток. Звичайно, здійснюватися така комерційна діяльність повинна під державним контролем та в розумних межах. За допомогою коштів, отриманих від комерційної діяльності, з'являється можливість покращити якісні показники роботи цих установ, оптимізувати норми витрат, вдосконалити систему оплати праці працівників невиробничої сфери, зміцнити матеріальну базу бюджетних установ, розширити сферу їх діяльності.

У процесі організації потрібно враховувати, що бухгалтерський облік у бюджетних установах як система контролю за наявністю і рухом бюджетних коштів виконує управлінську, контрольну, інформаційну функції. Треба зазначити, що в процесі перевірок обліку у бюджетних установах виникає ряд порушень. Головною причиною таких порушень є недоотримання органами місцевого самоврядування та виконавчої влади норм чинного законодавства на стадіях формування і виконання відповідних бюджетів, а також відсутність належної вимогливості до підпорядкованих установ і організацій у плані виконання кошторису.

Бухгалтерський облік не може бути ефективним, якщо не виконувати контрольні функції. Тому треба здійснювати попередній, поточний та послідовний контроль, але система контролю не повинна ускладнювати документооборот.

Сучасні умови функціонування бюджетних установ потребують ефективних методів ведення та організації управлінського обліку. Основні причини впровадження управлінського обліку такі:

- у великих бюджетних установах система управління ними ускладнюється, а тому без надійного інформаційного забезпечення ці системи стають некерованими. Бюджет таких установ вимірюється десятками мільйонів гривень, у тому числі доходи і видатки за спеціальним фондом досягають двох третин. Виникає необхідність отримання інформації не тільки в розрізі кодів бюджетної класифікації, але й за структурними підрозділами;

- управлінський облік орієнтується на детальний облік витрат і калькулювання собівартості нематеріальних послуг. Сьогодні методика калькулювання таких послуг потребує наукового обґрунтування. Існує необхідність адаптації категорій методів обліку та калькулювання, об'єктів калькулювання, калькуляційних одиниць та похідних від них до методики калькулювання нематеріальних послуг [5, с. 298].

Таким чином, на сучасному етапі економічного та соціального розвитку України спостерігаємо вплив фінансової кризи на формування обліку у бюджетних установах. Бухгалтерський облік у бюджетних установах забезпечує відображення всіх операцій, пов'язаних із виконанням кошторису. Своєчасне, повне та достовірне відображення у балансі установи всіх операцій дасть змогу керівникові ухвалювати управлінські рішення, аналізувати роботу установи, контролювати цільове використання бюджетних коштів на основі затвердженого кошторису.

Треба зазначити, що бухгалтерський облік у бюджетних установах потребує подальшого удосконалення. Тому для модернізації системи обліку в державному секторі необхідно формування єдиної законодавчо-нормативної бази, адаптованої до міжнародних вимог та норм, удосконалення методології складання звітності та запровадження інформаційних технологій.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Кудіна О. М.

Література: 1. Марценяк Н. О. Реформування бухгалтерського обліку бюджетних установ: проблеми та перспективи / Н. О. Марценяк // Науковий вісник БДФА. – 2010. – № 4. – С. 346–351. **2.** Писарчук О. В. Послідовність формування облікової політики бюджетної установи / О. В. Писарчук, С. В. Жулій // Вісник СумДУ. Серія Економіка. – № 3. – 2011. – С. 151–156. **3.** Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні [Електронний ресурс] : Закон України від 16.07.99 № 4. – Режим доступу : http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/996-14. **4.** Бухгалтерський облік у бюджетних установах : навч.-метод. зб. / Л. О. Жукова, Т. О. Казимір, О. О. Котляр. – Чернігів : ЦППК, 2010. – 119 с. **5.** Свірко С. В. Організація бухгалтерського обліку в бюджетних установах : навч. посіб. – Київ : КНЕУ, 2011. – 380 с.

ПЕРЕВАГИ ТА НЕДОЛІКИ ОПОДАТКУВАННЯ СУБ'ЄКТІВ МАЛОГО ПІДПРИЄМСТВА НА СПРОЩЕНІЙ СИСТЕМІ

УДК 336.226.1:334.722

Карпенко Т. В.

Студент 3 курсу
факультету обліку і аудиту ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Дано визначення спрощеної системи оподаткування. Розглянуто переваги та недоліки спрощеної системи оподаткування малих підприємств України у сучасних умовах. Розглянуто проблеми оподаткування на спрощеній системі. Запропоновано можливі шляхи вдосконалення системи оподаткування.*

Ключові слова: *спрощена система оподаткування, податкова система, єдиний соціальний внесок, ставка податку.*

Аннотация. *Дано определение упрощенной системы налогообложения. Рассмотрены преимущества и недостатки упрощенной системы налогообложения малых предприятий Украины в современных условиях. Рассмотрены проблемы налогообложения на упрощенной системе. Предложены возможные пути усовершенствования системы налогообложения.*

Ключевые слова: *упрощенная система налогообложения, налоговая система, единый социальный взнос, ставка налога.*

Annotation. *In the article provides a definition of the simplified system of taxation. The advantages and disadvantages of presumptive taxation of small businesses Ukraine in modern terms. Problems on a simplified system of taxation. The possible ways of improving the tax system.*

Keywords: *simplified system of taxation, the tax system, a single social contribution, tax rate.*

У сучасних умовах перебудови економіки України, становлення та розвитку ринкових відносин у державі важливе місце займає державне регулювання фінансової діяльності фізичних осіб – суб'єктів підприємницької діяльності, а також накопичень громадян. Введення в Україні спрощеної системи оподаткування суб'єктів малого підприємництва ще не забезпечило необхідних зрушень у їх розвитку.

Особливе місце посідає розвиток та стабілізація економіки країни, через провадження інноваційної політики, боротьби з негативними чинниками, такими як тіньова економіка та інфляція, шляхом ліквідації нормативно-

© Карпенко Т. В., 2015

правових прогалин у чинному законодавстві держави задля побудови дієвої та ефективної економічної системи країни. Формування ефективної економічної системи у країні передбачає реформування як економіки в цілому, так податкової системи країни зокрема.

Вагомий внесок у дослідження впливу чинної податкової системи на діяльність українських підприємств зробили українські вчені Поддєрьогін А. М., Лютий І. О., Каламбет С. В., Онишко С. В. [1], які порушували проблеми удосконалення формування податкової системи, удосконалення податкового механізму, виконання податкових зобов'язань тощо. Водночас слід зазначити, що ряд проблем потребують подальшого дослідження.

Метою цієї статті є дослідження переваг та недоліків спрощеної системи оподаткування.

Предметом статті є суб'єкти малого підприємництва.

Об'єктом статті є проблеми оподаткування на спрощеній системі оподаткування.

Згідно з Законом України «Про внесення змін до Податкового кодексу України та деяких інших законодавчих актів України щодо спрощеної системи оподаткування, обліку та звітності» визначено, що спрощена система оподаткування, обліку та звітності – особливий механізм справляння податків і зборів, що встановлює заміну сплати окремих податків і зборів [2].

Спрощена система оподаткування, обліку і звітності суб'єктів малого підприємництва, яка передбачає сплату єдиного податку, є сьогодні найпоширенішою з альтернатив систем оподаткування.

Головною метою запровадження спрощеного режиму оподаткування було досягнення більше соціальних, ніж економічних цілей. Така спрощена система для суб'єктів малого підприємництва мала забезпечити реалізацію принципу соціальної справедливості оподаткування, коли рівень податкового навантаження відповідає рівню можливостей сплачувати податки. Саме завдяки зниженню податкового навантаження та спрощенню механізму адміністрування сплати податків було створено сприятливі умови для самозайнятості працездатного населення і послаблено соціальну напругу у країні без витрат бюджетних коштів, а також створено нові робочі місця.

Перехід від однієї системи оподаткування до іншої і навпаки не є складним в організаційному плані. Це дозволяється зробити один раз на рік, подавши заяву не пізніше, ніж за 15 днів до початку наступного звітного (податкового) періоду (кварталу) і сплативши всі встановлені податки та обов'язкові платежі за попередній звітний (податковий) період. Аналогічним чином здійснюється і відмова від застосування спрощеної системи оподаткування. Однак вибір системи оподаткування має бути обґрунтованим [3].

Потрібно сказати, що не один податок, тим більше не одна система оподаткування в жодній країні не є досконала. Отже, і спрощена система оподаткування має свої переваги та недоліки.

До позитивних рис належать такі:

- простота нарахування єдиного податку;
- спрощення згідно з П(С)БО як ведення поточного бухгалтерського обліку, так і порядок складання та подання фінансової звітності, так як в повному обсязі не заповнюють і не подають проміжну (щоквартальну) фінансову звітність за новими формами;
- звільнення від сплати деяких податків та обов'язкових платежів;
- можливість бути платником ПДВ за власним бажанням [3];
- відпадає необхідність суворого контролю дотримання строків сплати і подання звітності по тих податках і зборах, платником яких перестає бути суб'єкт малого підприємництва;
- більш реальне формування доходів суб'єктів малого підприємництва, так як обсяг їх доходів визначається за «касовим методом»;
- обмежено контакти малих підприємств із податковою службою (звітність подається в органи податкової служби поквартально до 20-го числа місяця, наступного за звітним (податковим) періодом);
- впроваджено нові підходи щодо визначення бази оподаткування єдиним податком [4].

До негативних рис спрощеної системи оподаткування можна віднести:

- обмеження за видами діяльності;
- обмеження за отриманим прибутком;
- обмеження в можливості використовувати велику кількість найманих працівників;
- негативні нюанси роботи фізичних осіб підприємців із юридичними особами, що перебувають на загальній системі оподаткування [4];
- розмір податку для платників першої та другої групи не залежать від результатів діяльності;
- спрощена система оподаткування виключає можливість використання в господарській діяльності суб'єктів малого підприємництва бартерних операцій [5].

Отже, ми можемо сказати, що на цьому етапі розвиток системи оподаткування малого бізнесу в Україні відбувається хаотично. Над його вдосконаленням працює багато науковців. Але перед ними постає ряд проблемних питань, які вимагають невідкладного розв'язання.

Спрощена система оподаткування є необхідною частиною державної політики розвитку малого підприємництва. Вона має відповідати принципам простоти визначення бази оподаткування та розміру податкового зобов'язання, мінімізації облікових процедур до рівня, доступного пересічному громадянину із загальною середньою освітою. Важливою вимогою є стабільність спрощеної системи оподаткування протягом довгого часу. Лише за таких умов ця система виконає свою функцію із залучення широкого кола громадян до самостійної підприємницької діяльності та створення робочих місць.

Водночас спрощена система оподаткування є необхідною, але не достатньою умовою для розвитку і забезпечення конкурентоздатності національного малого бізнесу.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Часовнікова Ю. С.

Література: 1. Поддєрьогін А. Оподаткування суб'єктів підприємництва : навч. посіб. / А. Поддєрьогін. – Київ : КНЕУ, 2013. – 352 с. **2.** Податковий Кодекс України [Електронний ресурс] : Закон України від 08.11.2014. – Режим доступу : http://kodeksy.com.ua. **3.** Габрук О. Спрощена система оподаткування, обліку та звітності: економічна мотивація її застосування на підприємстві / О. Габрук // Бухгалтерський облік і аудит. – 2012. – № 11. – С. 50–54. **4.** Лютий І. О. Проблеми та перспективи спрощеної системи оподаткування суб'єктів малого підприємництва в Україні / І. О. Лютий // Фінанси України. – 2013. – № 6. – С. 31–38. **5.** Міщерина Т. Г. Спрощена система оподаткування юридичних осіб: проблеми та перспективи / Т. Г. Міщерина, Р. С. Близький // Матеріали VIII Міжнародної науково-практичної конференції «Стан і проблеми оподаткування в умовах ринкової економіки». Т 1. – Донецьк : ДонНУЕТ ім. М. Туган-Барановського, 2008. – С. 302–304.

КОНЦЕПЦІЯ ІНТЕГРОВАНОЇ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

УДК 658.8

Карпенко Т. В.

Студент 3 курсу
факультету обліку і аудиту ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Розглянуто концепцію інтегрованої маркетингової діяльності. Проаналізовано вплив інтегрованого маркетингу на діяльність підприємств у сучасних умовах. Дано визначення інтегрованому маркетингу. Розглянуто переваги, недоліки та проблеми інтегрованої маркетингової діяльності.*

Ключові слова: *маркетинг, інтегрований маркетинг, інтеграція маркетингових комунікацій.*

Аннотация. *Рассмотрена концепция интегрированной маркетинговой деятельности. Проанализировано влияние интегрированного маркетинга на деятельность предприятий в современный условиях. Дано определение интегрированному маркетингу. Рассмотрены преимущества, недостатки и проблемы интегрированной маркетинговой деятельности.*

Ключевые слова: *маркетинг, интегрированный маркетинг, интеграция маркетингових коммуникаций.*

Annotation. *In article the concept of integrated marketing activities. Analyzed the impact of integrated marketing businesses in the modern conditions. The definition of integrated marketing. The advantages, disadvantages and problems of integrated marketing activities.*

Keywords: *marketing, integrated marketing, integration of marketing communications.*

© Карпенко Т. В., 2015

У сучасному складному світі ми повинні розбиратися у маркетингу. Маркетинг зачіпає інтереси кожного з нас. Це процес, під час якого розробляються і надаються у розпорядження людей товари та послуги, що забезпечують певний рівень життя. Маркетинг включає в себе безліч найрізноманітніших видів діяльності та поділяється на різні види. Одним із них є інтегрований маркетинг.

Питання інтегрованого маркетингу розглядалося у роботах таких авторів, як Буркинський Б., Степанов В., Харичков С. [2], Данилишин Б. [3], Тесакова Н. [1]. Вони розглядали сутність концепції інтегрованого маркетингу, її проблеми та шляхи їх вирішення, вдосконалення цієї концепції. Але треба зазначити, що ряд питань потребує подальшого дослідження.

Маркетинг є системою, що пронизує всі інші підрозділи підприємства і переслідує такі цілі (вони ж – складові частини інтегрованого маркетингу):

- розуміння ринку через аналіз попиту та пропозиції;
- розробка пропозицій щодо створення продукту (послуги), визначення його ціни, створення каналів продажів, інформування про продукт споживача;
- проникнення на ринок (захоплення частки ринку, її розширення, утримання, догляд).

Іншими словами, інтегрований маркетинг сьогодні – це функція управління процесом задоволення потреб.

Організація комплексу інтегрованого маркетингу на підприємстві залежить від його розмірів і переслідуваних цілей.

Інтегрований маркетинг стає об'єктивною потребою за суттєвого скорочення життєвого циклу товарів і послуг, зростання індивідуалізованих потреб споживачів, інтенсивної дії закону зростання потреб. Він дає змогу усунути більшість недоліків, притаманних окремому виду маркетингу.

Інтегрований маркетинг передбачає узгодження і взаємну відповідність створеного продукту потребам споживача. При цьому відбувається гармонізація економічних інтересів господарюючих суб'єктів із промислово-торговельною політикою підприємства. Споживач повинен отримувати продукцію для задоволення тих своїх потреб, які він сам не встиг повною мірою усвідомити.

Інтегрований маркетинг означає ефективний маркетинг. Якщо підприємство ставить своїм завданням оптимізувати витрати і максимізувати доходи в кожен конкретний проміжок часу (а підприємство не може не ставити таких завдань), то йому доведеться впроваджувати технології інтегрованого маркетингу. Моделей управління маркетинговими комунікаціями не так уже й багато, необхідна їх адаптація до потреб конкретної організації.

Зараз на IT-ринку величезна кількість холдингів. Відповідно, в складних структурах ще більш актуальним постає завдання побудови ефективного маркетингу. Очевидно, що повинні бути централізовані PR-комунікації. Що стосується інших складових інтегрованого маркетингу, то завдання спрощується, якщо розроблений план стратегічного розвитку групи та підприємств, формалізовано місію групи і підприємств. У цьому випадку легше визначити сферу загальних маркетингових інтересів, які доцільніше координувати в рамках корпоративного відділу [1].

Інтегрований маркетинг – це дворівнева система, яка передбачає підпорядкування діяльності всіх відділів компанії інтересам клієнта. Її перший рівень – різноманітні маркетингові функції – продажу, реклама, управління виробництвом і реалізацією продукції, маркетингові дослідження тощо – повинні бути взаємопов'язаними, а їх виконання скоординованим. Координація всіх маркетингових функцій повинна здійснюватися з точки зору клієнта.

Другий рівень інтегрованого маркетингу – узгодження роботи всіх відділів компанії, а не тільки тих, що відповідають за виконання маркетингових функцій. Варто пам'ятати, що маркетинг є ефективним тільки тоді, коли кожен робить особистий внесок у справу задоволення потреб споживачів. Для заохочення командної роботи всіх відділів компанія приділяє однаково велику увагу внутрішньому та зовнішньому маркетингу. Зовнішній маркетинг – маркетинг, спрямований на людей, які не працюють у компанії. Завдання внутрішнього маркетингу – здійснення найму працівників, навчання і стимулювання співробітників компанії до високого рівня обслуговування клієнтів. Внутрішній маркетинг повинен передувати зовнішньому маркетингу. Немає сенсу обіцяти відмінний рівень обслуговування, якщо працівники компанії не готові забезпечити його.

Сучасна концепція інтегрованої маркетингової діяльності вимагає, крім традиційних, також принципів комунікативності і мотивації.

Комунікація здійснюється для створення і підтримки необхідних зв'язків і контактів як з усіма суб'єктами маркетингу, так і всередині підприємства. Її ефективність тісно пов'язана зі зменшенням перешкод, що виникають у процесі комунікації.

Мотивація в системі маркетингу є комплексним процесом, що включає всі сторони підприємницької діяльності. Вона спрямована на стабілізацію та впорядкування комунікацій і дає можливість знизити невизначеність в управлінні попитом.

Інтеграція маркетингових комунікацій вимагає створення в рамках структури служби маркетингу відділу (групи), що займається координацією всієї роботи з організації комунікацій і мотивації, їх планування та контролю. Організація процесу комунікацій і мотивації залежить від місця підприємства в ринкових структурах [3, с. 138].

Складність процесів комунікації і мотивації, неможливість проведення експерименту в реальному житті обумовлює необхідність їх моделювання, яке доцільно проводити по етапах життєвого циклу товару (послуги). Такий підхід дає можливість найбільш повно охопити всі напрямки та рівні і з оптимальною віддачею використовувати ресурси.

Економічні проблеми, які наростають із кожним роком, і необхідність постійного виконання жорстких вимог законодавства пред'являють все більше вимог до ефективних маркетингових дій окремих підприємницьких одиниць на мікрорівні [2, с. 218].

Необхідним стає переосмислення основ традиційного функціонування підприємства, його системи управління маркетинговою діяльністю. Як наслідок, насамперед у наукових колах Заходу в останні роки стали робитися спроби коригування як економічної теорії, так і загального менеджменту з урахуванням інтегрованої маркетингової діяльності.

Таким чином, можна дійти висновку, що у сучасних умовах кожне підприємство зацікавлене в ефективному управлінні своєю маркетинговою діяльністю. Зокрема, йому потрібно знати, як аналізувати ринкові можливості, відбирати необхідні цільові ринки, розробляти ефективний комплекс маркетингу й успішно управляти перетворенням у життя маркетингових зусиль. Тому інтегрований маркетинг – це єдиний шлях для зростання і розвитку.

Науковий керівник – викладач Кузнецов О. В.

Література: 1. Тесакова Н. Интегрированный маркетинг как основа философии управления маркетинга [Електронний ресурс] / Н. Тесакова. – Режим доступу : http://www.btlregion.ru/stat/raznoe/209/index.htm. **2.** Буркинский Б. В. Основы экономической теории / Б. В. Буркинский, В. Н. Степанов, С. К. Харичков. – Одесса : ИПРЭЭИ НАН Украины, 2009. – 350 с. **3.** Данилишин Б. М. Сталий розвиток України: реалії і проблеми / Б. М. Данилишин // Проблеми сталого розвитку України. – Київ : БМТ, 2008. – С. 133–150. **4.** Соловьев Б. А. Маркетинг : учебник / Б. А. Соловьев. – М. : ИНФРА-М, 2009. – 383 с. **5.** Казущик А. А. Основы маркетинга : учеб. пособие / А. А. Казущик. – Минск : Беларусь, 2011. – 246 с.

МЕХАНИЗМ УЧЕТА МЕЖДУНАРОДНЫХ СДЕЛОК ПО ОБЪЕДИНЕНИЮ БИЗНЕСА

УДК 005.72:3347

Кийко С.

Студент 2 курса
факультета международных экономических отношений ХНЭУ им. С. Кузнеца

Аннотация. *Раскрыта суть и установлены составляющие, которые входят в понятие «объединение бизнеса», описан метод учета международных сделок и механизм, согласно которому данные операции должны проводиться. Определен порядок расчета стоимостных характеристик при отражении сделок в балансе.*

Ключевые слова: *объединение бизнеса, слияние, поглощение, метод учета, гудвилл.*

Анотація. *Розкрито суть і встановлено складові, які входять у поняття «об'єднання бізнесу»; описано метод обліку міжнародних угод і механізм, згідно з яким ці операції мають проводитися. Визначено порядок розрахунку вартісних характеристик при відображенні операцій у балансі.*

Ключові слова: *об'єднання бізнесу, злиття, поглинання, метод обліку, гудвіл.*

© Кийко С., 2015

Annotation. *The essence and the installed components that are included in the concept of «business combination» for the method of accounting of international transactions and the mechanism by which these operations should be carried out. The procedure for calculating cost characteristics in the reflection of transactions in the balance sheet.*

Keywords: *business combination, merger, acquisition, the accounting for goodwill.*

В условиях жесткой конкуренции каждая компания стремится занять устойчивое положение на рынке с помощью различных способов. И одним из таких методов является укрупнение своего бизнеса и капитала за счет слияния нескольких компаний в более крупную организацию, либо же с помощью поглощения более мелких организаций. Главными причинами слияний и поглощений фирм являются: стремление к росту, возможность достижения результата меньшими затратами, стремление к монополии, повышение качества управления и продукции. Объем международных сделок в денежном выражении по слиянию и поглощению достигал среднего значения в 2 трлн дол. в год за период 2008–2013 гг. Но за последний год это значение увеличилось на 45 % и достигло 3,25 трлн дол. США, практически достигнув уровня 2007 г. [1]. Такое изменение не может не увеличить интерес к особенностям отражения в учете различных объединений бизнеса.

Целью статьи является исследование международной методики учета объединений бизнеса согласно унифицированным стандартам МСФО и ОПБУ США.

Предметом исследования выступает метод учета объединений бизнеса.

Объектом исследования являются объединения бизнеса – слияние и поглощение.

Изучением данной тематики занимались такие ученые, как Р. Брейли и С. Майерс, С. Рид, А. Лажу, С. Кузубов, Ю. Серпенинова, Ф. Журавка, Л. Хоружий и др., но в связи с растущими объемами сделок по объединению бизнеса и существованием различных взглядов на трактовку понятий «слияние» и «поглощение», несмотря на унификацию их в международных стандартах, существует необходимость в более детальном рассмотрении объединений в соответствии с международной практикой.

Авторы книги «Искусство слияний и поглощений» С. Рид и А. Лажу указывают на различия в сущности между слиянием и поглощением – сделки по приобретению контрольного пакета в организации, по их мнению, являются поглощениями, а слияние происходит тогда, когда менеджеры намерены развивать объединенную компанию как одно целое [2]. В то время как Р. Брейли и С. Майерс не разделяют понятия слияния и поглощения. В частности, в своей работе «Принципы корпоративных финансов» рассматривают слияние и поглощение неразрывно друг от друга и определяют как одно из решений долгосрочной финансовой политики компании [3]. И их трактовка объединений бизнеса в современных условиях наиболее удачна, так как отражает последние международные тенденции к упрощению учета.

Объединение бизнеса осуществляется согласно международным стандартам финансовой отчетности 3 (МСФО 3) или общепринятым принципам бухгалтерского учета США (FASB ASC 805). Компании, стремящиеся к объединению активов, сталкивались с рядом сложностей при составлении консолидированной отчетности, если одна из них следовала МСФО, а другая – ОПБУ США. В связи с этим был проведен ряд реформ, направленных на унификацию стандартов, в частности приведение к единому методу учета и подходов к отражению нематериальных активов.

Так, согласно МСФО 3, объединение бизнеса – это операция или иное событие, при котором покупатель получает контроль над одним или более бизнесами [4]. Внесенные изменения требуют отражения сделок по единому методу – методу приобретения, в то время как ранее существовавший метод объединения интересов был упразднен. Это позволило улучшить качество и возможность сопоставлять информацию пользователям финансовой отчетности и инвесторам.

Использование данного метода требует выполнения последовательной очередности действий:

1) определение покупателя;

2) определение даты приобретения;

3) определение и оценка идентифицированных приобретенных активов, принятых обязательств и любой неконтролируемой части в объекте приобретения;

4) признание и оценка гудвилла или прибыли [4].

При любом объединении бизнеса один из субъектов, участвующий в сделке, признается покупателем и получает право контроля над объектом приобретения. Он же определяет дату приобретения – моментом предоставления контроля за объектом приобретения. Оценка активов как материальных, нематериальных или неконтролирующей части производится по справедливой стоимости, поскольку при учете сделки очень важна стоимость на текущий момент времени. Определение объема материальных активов (таких как капитала, оборудования и земельного участка) в денежном выражении не вызывает особых затруднений. Оценка же нематериальных активов производится лишь в том случае, если они возникают в результате контрактных или юридических прав. Также

необходимым условием признания актива нематериальным является возможность его отделения – передача, продажа, обмен. К таковым можно отнести активы, используемые в маркетинговой деятельности, связанные с клиентурой, возникающие в результате творчества, связанные с технологическими разработками. Покупатель может оценивать неконтролируемую долю участия (НДВ) либо по справедливой стоимости, либо пропорционально доле НДВ в справедливой стоимости идентифицируемых чистых активов приобретенного бизнеса (возможен выбор способа оценки для каждой отдельной сделки) [4]. Отложенные налоговые активы и обязательства, которые возникают в процессе объединения бизнеса, оцениваются в соответствии с МСФО 12 «Налоги на прибыль» или FAS 109 «Учет налога на прибыль».

Гудвилл – это будущие экономические выгоды, возникающие в связи с активами, которые не могут быть индивидуально идентифицированы и отдельно признаны [4]. В гудвилл могут «включаться» выгоды от интеграции приобретенного бизнеса и бизнеса покупателя, например, экономия на затратах за счет увеличения масштаба операций или увеличение сферы влияния и доли на рынке. Гудвилл признается в качестве актива и первоначально оценивается по фактической стоимости – стоимости покупки за вычетом разницы справедливой стоимости идентифицируемых активов, обязательств и условных обязательств. Если этот результат является выгодной покупкой, т. е. покупатель за приобретение заплатил меньше справедливой стоимости активов и обязательств, то признается отрицательный гудвилл на данную разницу и отражается в качестве дохода [5; 6].

Итак, рассмотрев основные принципы учета процесса объединения бизнеса, необходимо отметить, что подобные сделки требуют четкого соблюдения действий, предписанных международными стандартами. Объединения компаний приносит огромные прибыли стороне-приобретателю, но все же существуют всевозможные риски, препятствующие приобретению бизнеса, – отсутствие стратегии, должного контроля за успешным проведением сделки, недооценка потенциальных затрат, – способных сорвать проведение сделки. Поэтому грамотный учет операций позволяет не только заключить соглашение, которое обладает правомочным свойством, но и принести инициатору дополнительный доход.

Научный руководитель – канд. экон. наук, доцент Часовникова Ю. С.

Литература: 1. Guy Norman Our insights into M&A trends 2015 [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://globalmandatoolkit.cliffordchance.com/downloads/CC-MandA-Trends-jan-2015.pdf. **2.** Ример М. Ю. Экономическая сущность слияния и поглощения [Электронный ресурс] / М. Ю. Ример. – Режим доступа : http://sibac.info/15720. **3.** Брейли Р., Майерс С. Принципы корпоративных финансов / Р. Брейли, С. Майерс. – М. : ОЛИМП-БИЗНЕС, 2010. – 1008 с. **4.** Міжнародний стандарт фінансової звітності 3 (МСФЗ 3). Об'єднання бізнесу [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/929_006. **5.** Кузубов С. А. Развитие концептуальных подходов к измерению гудвилла в исторической перспективе [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://ecsocman.hse.ru/hsedata/2015/03/02/1091239521/Кузубов%20С.А..pdf. **6.** Серова О. А. Практические особенности объединения бизнеса МСФО 3 [Электронный ресурс] / О. А. Серова. – Режим доступа : http://www.auditfin.com/fin/2007/1/Serova1/Serova1%20.pdf.

ПРОБЛЕМЫ АДАПТАЦИИ ФИНАНСОВОЙ ОТЧЕТНОСТИ УКРАИНЫ В ПРОЦЕССЕ ПЕРЕХОДА НА МЕЖДУНАРОДНЫЕ СТАНДАРТЫ

УДК :[657.6:006.35] (477)

Кириченко К. А.

Студент 3 курса
факультета экономики и права ХНЭУ им. С. Кузнеца

Аннотация. *Рассмотрены основные этапы развития бухгалтерского учета в Украине, последовательность введения Международных стандартов финансовой отчетности (МСФО) в Украине. А также выявлены проблемы, с которыми сталкиваются предприятия в первое время применения МСФО, и причины их возникновения.*

Ключевые слова: *реформирование, международные стандарты финансовой отчетности, бухгалтерский учет, Положения (стандарты) бухгалтерского учета (П(С)БУ), адаптация, украинские предприятия.*

Анотація. *Розглянуто основні етапи розвитку бухгалтерського обліку в Україні, послідовність введення Міжнародних стандартів фінансової звітності (МСФЗ) в Україні. А також виявлено проблеми, з якими стикаються підприємства в перший час застосування МСФЗ, і причини їх виникнення.*

Ключові слова: *реформування, міжнародні стандарти фінансової звітності, бухгалтерський облік, Положення (стандарти) бухгалтерського обліку (П(С)БО), адаптація, українські підприємства.*

Annotation. *The main stages of the development of accounting in Ukraine, the sequence of introduction of International Accounting Standards (IAS) in Ukraine. And also identified problems faced by enterprises in the first time application of IFRS and their causes.*

Keywords: *reforming, the international financial reporting standards, accounting, provisions (standards) accounting (P(S)BU), adaptation, Ukrainian enterprises.*

В течение последнего десятилетия в Украине происходили сложные процессы реформирования системы бухгалтерского учета, обусловленные изменением экономической системы и интеграцией в ЕС. Для преодоления экономических и торговых барьеров, активизации поступлений иностранных инвестиций, освоения мировых рынков капитала, формирования конкурентоспособной рыночной среды потребовалось внедрение мировых стандартов бухгалтерского учета и финансовой отчетности

Актуальность исследования обусловлена довольно сложным и длительным процессом адаптации финансовой отчетности в Украине к международным стандартам.

Широкий спектр исследований по МСФО провели такие ученые, как А. С. Бородкина, М. С. Пушкарь, М. В. Кужельный, Н. М. Пархоменко, Ф. Ф. Бутинец, С. Ф. Голов и многие др.

Целью данного исследования является изучение основных проблем, которые возникают при адаптации бухгалтерского учета Украины к МСФО.

Начало процесса реформирования бухгалтерского учета в Украине было положено в мае 1992 года Президентом Украины Л. Кравчуком, в подписанном им Указе «О переходе Украины к общепринятой в международной практике системе учета и статистики» [1]. На основании этого Указа Кабинет Министров Украины Постановлением № 326 от 4 мая 1993 года утвердил Концепцию построения национальной системы статистики Украины и Государственную программу перехода к международной системе учета и статистики.

С учетом опыта реформирования учета в банках и с целью приведения национальной системы бухгалтерского учета в соответствие с требованиями рыночной экономики и международных стандартов бухгалтерского учета (МСБУ) Постановлением Министров Украины от 28 октября 1998 года № 1706 была утверждена Программа реформирования системы бухгалтерского учета с использованием международных стандартов.

Таким образом, Украина сделала свой стратегический выбор в ориентации бухгалтерского учета на МСФО.

В течение 10 лет (с 2000 по 2010 гг.) было сделано несколько попыток внедрения МСФО в Украине, однако фактическая дата перехода все время оттягивалась и переносилась. Точкой отсчета перехода на МСФО акционерных предприятий можно считать 2010 год, корда вступил в силу Порядок заполнения форм раскрытия информации и изменений к ним эмитентами акций и облигаций предприятий, находящихся в листинге [2]. В нем появилось следующее требование: Публичные акционерные общества дополнительно раскрывают информацию о своей деятельности на основе международных стандартов бухгалтерского учета [3].

© Кириченко К. А., 2015

В 2011 г. были внесены изменения в закон «Про бухгалтерский учет и финансовую отчетность в Украине», вступающие в силу с 1 января 2012 года. Последние изменения гласят, что для подготовки финансовой отчетности должны использоваться международные стандарты, если они официально обнародованы на веб-сайте Минфина. При этом публичные акционерные общества, банки, страховые компании, а также предприятия, осуществляющие различные виды деятельности в соответствии с перечнем Кабинета министров, составляют финансовую отчетность и консолидированную финансовую отчетность по международным стандартам. Все же прочие предприятия самостоятельно определяют целесообразность применения международных стандартов для составления финансовой отчетности. Таким образом, начиная с 2012 года в Украине параллельно сосуществуют национальные П(С)БУ и международные стандарты [4].

Использование МСФО позволяет значительно сократить время и ресурсы, необходимые для разработки новых национальных правил отчетности. Эти стандарты закрепляют достаточно длительный опыт ведения бухгалтерского учета и отчетности в условиях рыночной экономики.

В настоящее время в Украине сформирована национальная система бухгалтерского учета, которая основывается на международных стандартах, но при этом она учитывает национальные правовые нормы осуществления предпринимательской деятельности и не отражает всех требований к раскрытию информации, всех пояснений, которые содержат международные стандарты.

На сегодня в Украине принято 34 П(С)БУ, в основу которых легли международные стандарты финансовой отчетности. Однако около десяти МСФО не нашли отражения в украинских П(С)БУ, например:

МСФО (IAS) 20 «Учет государственных субсидий и раскрытие информации о государственной помощи» (Accounting for Government Grants and Disclosure of Government Assistance);

МСФО (IAS) 26 «Учет и отчетность по программам пенсионного обеспечения (пенсионным планам)» (Accounting and Reporting by Retirement Benefit Plans);

МСФО (IAS) 34 «Промежуточная финансовая отчетность» (Interim Financial Reporting) и др.

И напротив, есть и такие, которые отражают потребности практики учета на Украине, например П(С)БУ 10 «Дебиторская задолженность», П(С)БУ 16 «Расходы», П(С)БУ 25 «Финансовый отчет субъекта малого предпринимательства» [5].

Эти отличия приводят к тому, что компании, ведущие учет по национальным стандартам, вынуждены трансформировать его данные для составления финансовых отчетов в соответствии с МСФО или вести двойной учет.

Однако бухгалтеров, хорошо знающих международные стандарты, немного, поэтому предприятия вынуждены обучать сотрудников за свой счет либо привлекать консультантов. Подготовка квалифицированных специалистов в области МСФО сегодня является одним из актуальных направлений реформы системы учета и отчетности на Украине.

Таким образом, можно сформировать основные проблемы, возникающие после первого применения МСФО в Украине: неопределенность относительно даты перехода; отсутствие сравнительной информации в переходной отчетности; несоответствие МСБУ 34 составу квартальной финансовой отчетности; неопределенность относительно форм отчетности; низкий уровень профессиональной квалификации бухгалтеров и аудиторов, их недостаточная компетентность; отсутствие требования предоставления полноценной финансовой отчетности по национальным стандартам; невозможность выдачи положительного аудиторского заключения по финансовой отчетности, составленной в соответствии с МСФО; отсутствие мотивации менеджмента и собственников, их самоустранение из процесса перехода на МСФО; незаинтересованность исполнителей – бухгалтеров; значительные отклонения в практике применения национальных стандартов финансовой отчетности [6].

Перечисленные проблемы были вызваны следующими причинами: несогласованность действий регуляторов – Министерства финансов Украины, Национальной комиссии по ценным бумагам и фондовому рынку, Национальной комиссии по регулированию рынков финансовых услуг, Госстатистики; желание регуляторов сохранить типовые формы финансовых отчетов в контрольных целях; существенные отклонения от требований МСФО к составу и содержанию отчетов, впервые предоставляемых по МСФО; непрозрачность бизнеса, непопулярность экономических методов управления, низкий статус финансовой отчетности, отсутствие практики принятия решений на ее основе; превалирование требований налогового законодательства, незаинтересованность большинства пользователей в отчетах по МСФО [6].

Кроме того, можно выделить ряд трудностей, с которыми сталкиваются компании в процессе внедрения международных стандартов бухгалтерского учета: привлечение значительных финансовых и кадровых ресурсов; необходимость сбора дополнительной информации; значительный период; параллельное составление финансовой отчетности по МСФО и учет по национальным стандартам, что значительно увеличивает нагрузку на бухгалтеров компаний и приводит к увеличению оттока профессиональных кадров; несовершенство законодательной базы; непрозрачная структура бизнеса [7].

Однако процесс реформирования системы бухгалтерского учета и составления финансовой отчетности продолжается. Например, в июле 2010 г. были внесены изменения в НП(С)БУ 1, согласно которым, в балансе отражаются активы, обязательства и собственный капитал предприятия. В случаях, предусмотренных нормативно-правовыми актами, составляется отдельный баланс.

Таким образом, постепенное реформирование системы бухгалтерского учета в направлении сближения с МСФО, безусловно, отражает переход украинской экономики на качественно новую ступень развития, но существует ряд проблем, с которыми сталкиваются украинские предприниматели при внедрении МСФО, которые требуют дальнейшего решения.

Научный руководитель – старший преподаватель Андрющенко В. А.

Литература: 1. Про затвердження Стратегії модернізації системи бухгалтерського обліку вдержавному секторі на 2007-2015 роки [Электронный ресурс] : Постанова Кабінету Міністрів України від 16.01.2007 № 34. – Режим доступа : http:// http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/34-2007. **2.** Об утверждении Положения о раскрытии информации эмитентами ценных бумаг [Электронный ресурс] : Решение Государственной комиссии по ценным бумагам и фондовому рынку от 22.06.2010 № 981. – Режим доступа : http://base.spinform.ru. **3.** Об одобрении Стратегии применения международных стандартов финансовой отчетности в Украине [Электронный ресурс] : Распоряжение Кабинета Министров Украины от 24.10.2007 № 911-р. – Режим доступа : http://online.zakon.kz/Document/?doc_id=30754685. **4.** Про внесення змін до Податкового кодексу України щодо звільнення від оподаткування продукції від оборонного призначення [Электронный ресурс] : Закон України від 02.09.2014 № 1658-VII. – Режим доступа : http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/1658-18. **5.** Міжнародні стандарти бухгалтерського обліку [Электронный ресурс] // Міністерство фінансів України. – Режим доступа : http:www.minfin.gov.ua. **6.** Зубилевич С. Я. Проблемы перехода на МСФО в Украине [Электронный ресурс] / С. Я. Зубилевич. – Режим доступа : http://www.ase.md /files/catedre/contabil/conf_25.04.14/1_zubilevici.pdf. **7.** Применение МСФО : в 3 т. Т. 1 / [Сост. В. К. Тищенко, А. Г. Мироненко, под ред. К. С. Швец]. – М. : Альпина Бизнес Букс, 2012. – 1124 с.

МЕЖДУНАРОДНАЯ ПРАКТИКА АУТСОРСИНГА И АВТОМАТИЗАЦИИ УЧЕТА КАК МЕТОД ОПТИМИЗАЦИИ ЗАТРАТ И УВЕЛИЧЕНИЯ ПРОИЗВОДИТЕЛЬНОСТИ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ МАЛОГО БИЗНЕСА

УДК 005.591.43:005.591.6

Климюк А.

Студент 3 курса
факультета международных экономических отношений ХНЭУ им. С. Кузнеца

Аннотация. *Раскрыто сущность автоматизации и аутсорсинга бухгалтерского учёта на предприятии, выявлены причины и необходимость их использования на малых предприятиях. Описаны основные характеристики зарубежных бухгалтерских программных продуктов и проведен их сравнительный анализ.*

Ключевые слова: *учёт, автоматизация, аутсорсинг, CRM, эффективность.*

Анотація. *Розкрита сутність автоматизації та аутсорсингу бухгалтерського обліку на підприємстві, виявлено причини та необхідність їх використання на малих підприємствах. Описано основні характеристики зарубіжних облікових програмних продуктів та проведено їх порівняльний аналіз.*

Ключові слова: *облік, автоматизація, аутсорсинг, CRM, ефективність.*

© Климюк А., 2015

Annotation. *The essence of the accounting automation and outsourcing, identified the reasons and the need of their usage by small companies. Described the main features of foreign accounting software and conducted their comparative analysis.*

Keywords: *accounting, automation, outsourcing, CRM, efficiency.*

Начинающие компании терпят неудачу по разным причинам. Согласно различным бизнес-источникам [1] около 90 % выходят из бизнеса на начальном этапе. Как вы знаете, есть много причин, почему так происходит, и одна из них – неудовлетворенная политика бухгалтерского и финансового учёта. Одним из выходов по улучшению такой ужасной статистики является автоматизация бухгалтерского учёта и его аутсорсинг.

Автоматизированная практика учета – это подход к поддержанию своевременной и актуальной системы ведения бухгалтерского учёта и отчётности с помощью использования бухгалтерского программного обеспечения. В зарубежной практике этот вид услуг для бизнеса может зачастую производиться таким образом, чтобы легко можно было отражать проводки по дебиторской и кредиторской задолженностях, что исключает необходимость корреспонденции множества проводок, для того, чтобы вести учет в соответствии с ГААП или МСФО.

Целью статьи является исследование практики использования зарубежных программных продуктов для бухгалтерского и финансового учета, выявление причин необходимости их использования малым и средним бизнесом и проведение сравнительного анализа данных программных продуктов.

Предмет исследования – особенности функционирования и применения новейших программных бухгалтерских продуктов на предприятиях малого бизнеса.

Объектом исследования является зарубежная практика использования компьютерных технологий для автоматизации бухгалтерского и финансового учёта на предприятии.

Проблемами автоматизации и аутсорсинга финансового и бухгалтерского учёта занимались Р. Джонсон, Э. Крэл, С. Кииной, Дж. Маркс и др., однако проблема необходимости использования специализированного бухгалтерского программного обеспечения малым и средним бизнесом остаётся актуальной и нерешенной до сих пор.

Нанимать собственного бухгалтера стоит дорого для малого предприятия. Себестоимость услуг включает не только оклад, но и дополнительные прямые затраты, в том числе отчисление работодателем налогов на заработную плату, компенсационные выплаты работнику, медицинское страхование, пенсионные планы и другие отчисления. Кроме того, работодателю необходимо также рассматривать отпуск и больничные дни работника. Аутсорсинг бухгалтерских функций компании или ведение учёта с помощью программ по автоматизации учёта являются чрезвычайно эффективными для малого и среднего бизнеса. С помощью автоматизации компания также получает гибкость в регулировании уровня сервиса для удовлетворения сезонных потребностей бизнеса. В общем можно назвать следующие достоинства использования аутсорсинга и автоматизации бухгалтерского учёта:

1) экономит деньги на снижении бумажной отчетности и документации, а также снижает издержки на услуги бухгалтера;

2) экономит время и улучшает операционную эффективность;

3) повышает быстроту деятельности и гибкость реагирования;

4) предоставляет доступ к опытным решениям и профессиональным консультациям по бизнесу за низкую плату;

5) экономит время на установку специального оборудования, так как большинство программ поддерживают облачные решения хранения данных отчетности;

6) снижает риски ошибок или обмана бухгалтером.

Согласно консультационным компаниям [2], несмотря на очевидные выгоды компании от использования аутсорсинга, компании выполняют сами некоторые действия (табл. 1), хотя в последнее время всё больше функций, к примеру налоговый учёт и финансовое прогнозирование, делегируются специальному программному обеспечению в большей степени из-за улучшения безопасности хранения данных.

Таблица 1

Распределение функций, выполняемых внутри компании и передаваемых на аутсорсинг

Передаются на аутсорсинг	Выполняются внутри компании
Расчеты с поставщиками и их учёт	Корпоративный контроль
Расчет заработной платы	Финансовое планирование и анализ
Управление расходами	Управление финансированием деятельности
Сверка банковских счетов	Казначейские операции
Общий бухгалтерский учёт	Налоговые операции
Учёт основных средств	Стратегическое планирование деятельности

На сегодняшний день существуют десятки программных решений по автоматизации учёта для малых предприятий на международном рынке. Перед сравнением необходимо выделить следующие интересные и нужные особенности программных бухгалтерских продуктов для малого бизнеса:

1. Безопасность хранения данных и предоставление доступа к этим данным с любых устройств для гибкости деятельности.

2. Интуитивность и простота пользования программой для осуществления управлением программным продуктом без существенной подготовки и низкой (или отсутствующей) базой знаний в бухгалтерском учёте.

3. Разумная цена за услуги и необходимая консультация и круглосуточная IT-поддержка.

4. Включение в программный продукт всех необходимых функций учёта: от передачи информации по операции с чека или кредитной карточки и занесения этих данных в систему до предоставления готовой отчетности.

5. Автоматизация налогового учёта и отчетности, к примеру: автоматическое заполнение формы 1099, учёта операций с НДС, автоматический подсчет общего количества налоговых отчислений и учёт возможности двойного налогообложения.

6. Составление отчетов, к примеру: баланса, отчет о движении денежных средств, пользовательских (управленческих) отчетов, отчетов о прибылях и убытках, отчеты о продажах и т.д.

7. Программная возможность учёта счетов и накладных, а также автоматическая печать чеков по операциям.

8. Автоматизация учёта заработной платы сотрудников является еще одной особенностью большинства бухгалтерских программ. Они позволяют автоматически управлять годовой зарплатой, налогами и льготами каждого работника.

9. Совместимость и синхронизация с другими системами и программами, представленными на рынке.

Учитывая вышеперечисленные особенности и проанализировав различные программные продукты [3], можно выделить следующие лучшие программные решения (табл. 2): XERO, Freshbooks, QuickBooks Online, Wave Accounting. Эти программные пакеты являются почти идеальными решениями для владельцев малого бизнеса из-за их низкой стоимости, включения необходимого перечня бухгалтерских функций и интернет-доступа к системе отчётности. Но представленный набор функций в этих программных продуктах недостаточен для средних и крупных предприятий, из-за чего эти предприятия чаще всего пользуются услугами профессионального бухгалтера (средний бизнес) или используют сложные дорогостоящие программные продукты по управлению и планированию ресурсов предприятия (ERP) (крупные предприятия используют SAP, Oracle или Lawson [4; 5]).

Таблица 2

Сравнение бухгалтерского программного обеспечения

Программный пакет	Клиенты	Предоставляемые услуги	Цена
FreshBooks	Малый бизнес	Предоставление облачных бухгалтерских услуг с помощью использования профессиональных бухгалтеров	От 9,95 $ до 39,95 $ в месяц
QuickBooks Online	Малый бизнес	Учёт дебиторской задолженности, кредиторской задолженности, учёт двойной записью, малый бизнес-учет, мультивалютный учёт в глобальной версии, автоматический учёт банковских операций; предоставление стандартной бизнес-отчетности, управленческой отчетности; расчет заработной платы, синхронизация кредитных карт и межбанковских платежей, учёт товарно-материальных ценностей, управление расходами; учёт накладных	От 13 $ до 40 $ в месяц
Wave Accounting	Предприниматели, фрилансеры, подрядчики, малый бизнес	Учёт дебиторской задолженности, кредиторской задолженности, учёт двойной записью, малый бизнес-учет, мультивалютный учёт в глобальной версии, автоматический учёт банковских операций; предоставление стандартной бизнес-отчетности; расчет заработной платы; учёт накладных	Бесплатно или с оплатой функции поддержки 19 $ в месяц
Xero	Малый и средний бизнес	Учёт дебиторской задолженности, кредиторской задолженности, учёт двойной записью, малый бизнес-учет, мультивалютный учёт в глобальной версии, автоматический учёт банковских операций; предоставление стандартной бизнес-отчетности, управленческой отчетности; расчет заработной платы, синхронизация кредитных карт и межбанковских платежей, учёт товарно-материальных ценностей, управление расходами; учёт амортизации оборудовании; учёт накладных	От 9 $ до 30 $ в месяц

Таким образом, можно отметить, что в зарубежной практике прослеживается тенденция малых предприятий к делегированию функций бухгалтерского учёта продвинутым программным решениям, которые на сегодня считаются основным компонентом учёта деятельности предприятия. Кроме того, бухгалтерское программное обеспечение включает функции, которые позволяют генерировать и рассылать электронные счета-фактуры для клиентов, что является чрезвычайно эффективным инструментом управления. Использование этих функций дает возможность получать платежи в короткий промежуток времени и повышать эффективность и гибкость деятельности компании.

Дальнейшие исследования могут основываться на применении опыта зарубежных компаний в Украине, создании облачных систем бухгалтерского учёта и расширении применения функциональных особенностей автоматической системы учёта для предприятий малого бизнеса, что позволит улучшить их эффективность и конкурентные позиции на рынке.

Научный руководитель – канд. экон. наук, доцент Часовникова Ю. С.

Литература: 1. Cravenho A. 5 Invoicing and Accounting Tools for New Entrepreneurs [Электронный ресурс] / A. Cravenho. – Режим доступа : http://www.entrepreneur.com/article/245775. **2.** Top 10 Reasons to Outsource Your Accounting [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://myaccountingteam.com/wp-content/uploads/2014/09/Top-Reasons-to-Outsource-Your-Accounting.pdf. **3.** Small business Accounting & Tax software [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://www.pcmag.com/reviews/accounting-tax-software. **4.** Johnston R. Accounting Software Solutions [Электронный ресурс] / R. Johnston. – Режим доступа : http://www.accountingsoftwareworld.com. **5.** Keenoy C. The Impact of Automation on the Field of Accounting [Электронный ресурс] / C. Keenoy. – Режим доступа : http://www.jstor.org/stable/241233.

ПРОБЛЕМНІ АСПЕКТИ ОРГАНІЗАЦІЇ ОБЛІКУ ФІНАНСОВИХ РЕЗУЛЬТАТІВ ПІДПРИЄМСТВА

УДК 657.44:658.155

Коваленко М. Ю.

Студент 3 курсу
факультету економіки і права ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Визначено роль фінансових результатів для діяльності підприємства, проаналізовано різні підходи до трактування цього терміна, розглянуто порядок відображення в обліку формування фінансового результату підприємства та наведено пропозиції щодо його удосконалення у сучасних умовах господарювання.*

Ключові слова: *фінансові результати, бухгалтерський облік, прибуток, збиток, діяльність підприємства, формування, капітал.*

Аннотация. *Определена роль финансовых результатов для деятельности предприятия, проанализированы различные подходы к определению данного термина, рассмотрен порядок отражения в учете формирования финансового результата предприятия и предложены пути по его усовершенствованию в современных условиях хозяйствования.*

Ключевые слова: *финансовые результаты, бухгалтерский учет, прибыль, убыток, деятельность предприятия, формирования, капитал.*

Annotation. *The article outlines the role of the financial results of a company and provides analysis of various approaches to explanation of the «financial result» notion. It considers the order of reflection of formation of a financial result of a company in accounting and provides proposals on its perfection in the current economic conditions.*

Keywords: *financial performance, accounting, profit, loss, the business, formation, capital.*

© Коваленко М. Ю., 2015

Для будь-якого господарюючого суб'єкта, не залежно від виду його діяльності чи форми власності, необхідним є отримання кінцевого фінансового результату, тобто прибутку. У здійсненні виробничо-фінансової діяльності підприємства бере участь велика кількість взаємопов`язаних організаційних, трудових, матеріальних і фінансових факторів. Ефективність їх використання можна побачити у підсумкових результатах – фінансових результатах підприємства. Отже, фінансовий результат – це прибуток або збиток, який отримує господарюючий суб'єкт внаслідок своєї діяльності. Таким чином, фінансовий результат є одним із найважливіших економічних показників, який узагальнює усі результати господарської діяльності та надає комплексну оцінку ефективності цієї діяльності

Для правильного визначення фінансового результату необхідні науково обґрунтована організація та методика його обліку. Незважаючи на те, що порядок формування облікової політики України відповідає міжнародним стандартам фінансової звітності, існує ряд проблем у підходах визначення фінансових результатів. Необхідність вирішення таких проблем визначає актуальність цього питання та приводить до детального дослідження фінансових результатів у системі бухгалтерського обліку.

Дослідженню проблем обліку фінансових результатів та їх відображенню у фінансовій звітності підприємства присвячені праці таких науковців, як Ф. Ф. Бутинця, М. Т. Білухи, Ю. В. Вериги, В. В. Сопки, М. Г. Чумаченка, А. Д. Мочерного та ін. Питання про облік фінансових результатів було розглянуто багатьма вченими, але все одно залишається чимало невирішених проблем, які потребують подальшого дослідження.

Метою статті є розгляд проблемних аспектів організації обліку фінансових результатів підприємства.

Задачами статті є аналіз підходів до трактування терміна «фінансовий результат» різними науковцями, розгляд методичних аспектів обліку фінансових результатів та наведення практичних рекомендацій щодо його удосконалення.

Ефективна діяльність та управління підприємством залежить від різноманітних факторів, серед яких провідне місце займає раціональна організація бухгалтерського обліку. Вона забезпечує обґрунтованість прийнятих управлінських рішень шляхом надання об'єктивної і достовірної облікової інформації про активи, власний капітал, зобов'язання, доходи, витрати та фінансові результати діяльності підприємства.

Раціональна організація обліку фінансових результатів та відображення їх у фінансовій звітності підприємства займає центральне місце у системі бухгалтерського обліку і звітності та постійно потребує вдосконалення.

У теоретичному аспекті сучасні економісти змушені регулярно розглядати економічну природу фінансових результатів, адже велика кількість наявних теорій не дає єдиного підходу до визначення сутності цього терміна. У табл. 1 наведено трактування терміна «фінансові результати» різними авторами [1–7].

Таблиця 1

Трактування терміна «фінансові результати»

Автор	Трактування терміна
Афанасьєв М. В., Плоха О. Б. [1]	Узагальнюючий показник результативності діяльності підприємства, який являє собою прибуток або збиток
Ануфрієв В. Е. [2]	Визначається показником прибутку або збитку, що формується протягом календарного року; є різницею від порівняння сум доходів і витрат підприємства
Борисов А. Б. [3]	Підсумки господарської діяльності підприємства або його підрозділів, приріст (зменшення) вартості власного капіталу. Визначаються шляхом співставлення витрат із отриманими доходами
Загородній А. Г., Вознюк Г. Л. [4]	Різниця між доходами та витратами підприємства чи його окремого підрозділу за певний час. Приріст чи зменшення вартості власного капіталу підприємства внаслідок діяльності у звітному періоді
Мочерний А. Д. [5]	Грошова форма підсумків господарської діяльності організації або її підрозділів, виражена у прибутках або збитках
Соколов Я. В. [6]	Приріст (зменшення) капіталу (засобів, вкладених власниками) підпиємства протягом звітного періоду
Ткаченко Н. М. [7]	Доходи діяльності підприємства за вирахуванням витрат діяльності

З табл. 1 видно, що кожен автор має своє бачення щодо трактування фінансових результатів підприємства, але головною сутністю є те, що фінансовий результат – це прибуток або збиток, який показує підсумковий результат діяльності підприємства. Узагальнивши запропоновані вище трактування, пропонуємо таке визначення: фінансовий результат – це якісний, узагальнюючий показник діяльності підприємства, який визначається шляхом співставлення доходів і витрат і виражається в прибутку або збитку. Згідно з Національним положенням (стандартом) бухгалтерського обліку 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності» [8]:

- прибуток – сума, на яку доходи перевищують пов'язані з ними витрати;
- збиток – перевищення суми витрат над сумою доходу, для отримання якого були здійснені ці витрати.

Достовірність формування фінансового результату є основою принципів і правил бухгалтерського обліку, обов'язкове дотримання яких вимагає законодавча база, зокрема концептуальні основи складання та подання фі-

нансових звітів, міжнародні стандарти фінансової звітності, Закон України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні», План рахунків, Інструкція про застосування плану рахунків, національні Положення (стандарти) бухгалтерського обліку, накази Міністерства статистики тощо.

Отже, згідно з Інструкцією про застосування Плану рахунків бухгалтерського обліку, активів, капітали, зобов'язань і господарських операцій підприємств і організацій [9] рахунок 79 «Фінансові результати» призначено для обліку й узагальнення інформації про фінансові результати підприємства від звичайної діяльності та надзвичайних подій. Але в Інструкції про застосування Плану рахунків [9] не зазначено, на який субрахунок списувати витрати з податку на прибуток. Автор Тесленко Т. І. пропонує витрати з податку на прибуток від звичайної діяльності списувати на рахунок 793 «Результати іншої звичайної діяльності», Отже, назва субрахунків рахунку 79 «Фінансові результати» передбачає визначення кінцевого наслідку дій певного виду діяльності: операційної, фінансової, іншої звичайної. Тобто після списання на відповідні субрахунки рахунку 79 «Фінансові результати» доходів і витрат відповідного виду діяльності необхідно визначити між ними різницю і закрити на інший рахунок, а саме – на рахунок 44 «Нерозподілені прибутки (непокриті збитки)». Тому пропонується [10] запровадити до рахунку 44 «Нерозподілені прибутки (непокриті збитки)» субрахунки з обліку прибутку чи збитку за відповідним видом діяльності, а саме:

441 «Прибуток (збиток) від операційної діяльності»;

442 «Прибуток (збиток) від фінансових операцій»;

443 «Прибуток (збиток) від іншої звичайної діяльності»;

444 «Прибуток, використаний у звітному періоді»;

445 «Нерозподілений прибуток».

Така класифікація фінансових результатів за видами діяльності на рахунку 44 «Нерозподілений прибуток(непокриті збитки)» дозволить контролювати вплив результатів окремого виду діяльності на загальний результат діяльності підприємства. Це надасть інформацію внутрішнім користувачам для прийняття управлінських рішень щодо покращення результатів у певному напрямку господарської діяльності [10].

Таким чином, у статті було розглянуто та узагальнено підходи до трактування терміна «фінансовий результат», проаналізовано методичні аспекти обліку фінансових результатів та запропоновано практичні рекомендації щодо їх удосконалення. Проте ця тема залишається актуальною і потребує подальшого дослідження.

Науковий керівник – старший викладач Андрющенко В. О.

Література: 1. Афанасьєв М. В. Економіка підприємства : підручник / М. В. Афанасьєв, О. Б. Плоха. – Харків : ВД «ІНЖЕК», 2013. – 664 с. **2.** Ануфриев В. Е. Учет формирования финансового результата и распределения прибыли организации [Електронний ресурс] / В. Е. Ануфриев // Бухгалтерский учет. – 2001. – № 10. – Режим доступу : http://www.lawmix.ru/bux/140627. **3.** Борисов А. Б. Большой экономический словарь / А. Б. Борисов. – М. : Книжный мир, 2010. – 895 с. **4.** Загородній А. Г. Фінансово-економічний словник : навч. посіб. / А. Г. Загородній, Г. Л. Вознюк. – Київ : Знання, 2010. – 1072 с. **5.** Мочерний С. В. Основы экономической теории : учебник / С. В. Мочерний, В. К. Симоненко, В. В. Секретарюк и др. – Киев : Знання, 2000. – 607 с. **6.** Соколов Я. В. Основы теории бухгалтерского учета / Я. В. Соколов. – М. : Финансы и статистика, 2009. – 496 с. **7.** Ткаченко Н. М. Бухгалтерський фінансовий облік, оподаткування і звітність : підручник / Н. М. Ткаченко. – Київ : Алерта, 2011. – 976 с. **8.** Про затвердження Національного положення (стандарту) бухгалтерського обліку 1 "Загальні вимоги до фінансової звітності" [Електронний ресурс] : Наказ Міністерства фінансів України від 07.02.2013 № 73. – Режим доступу : http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/z0336-13. **9.** Інструкція про застосування Плану рахунків бухгалтерського обліку, активів, капіталу, зобов'язань і господарських операцій підприємств і організацій [Електронний ресурс] : Наказ Міністерства фінансів України від 30.11.1999 № 291. – Режим доступу : http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/z0893-99. **10.** Тесленко Т. І. Облік фінансових результатів: проблеми та шляхи вдосконалення / Т. І. Тесленко, Н. В. Конькова // Бізнес Інформ. – 2013. – № 4. – С. 356–360.

ПРОБЛЕМНІ АСПЕКТИ ВЕДЕННЯ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ТА ПОДАТКОВОГО ОБЛІКУ ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ

УДК 657.1:657.63

Ковтун В. А.

Студент 3 курсу
факультету економіки і права ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Проаналізовано нормативно-правову базу, яка регламентує облік основних засобів. Визначено основні відмінності між бухгалтерським та податковим обліком основних засобів. Встановлено відсутність однакових вимог для бухгалтерського та податкового обліку основних засобів та надано рекомендації щодо їх гармонізації.*

Ключові слова: *основні засоби, амортизація, податковий облік, бухгалтерський облік.*

Аннотация. *Проанализирована нормативно-правовая база, которая регламентирует учет основных средств. Определены основные отличия между бухгалтерским и налоговым учетом основных средств. Установлено отсутствие одинаковых требований для бухгалтерского и налогового учета основных средств и предоставлены рекомендации относительно их гармонизации.*

Ключевые слова: *основные средства, амортизация, налоговый учет, бухгалтерский учет.*

Annotation. *The article analyzes the legal framework that regulates the accounting of fixed assets. In the article the main differences between the accounting and tax accounting of fixed assets. Found no similar requirements for accounting and tax accounting of fixed assets and provided recommendations for harmonization.*

Keywords: *fixed assets, amortization, tax accounting, accounting.*

Основною складовою функціонування кожного підприємства є використання основних засобів. Від їх кількості, вікового стану та ефективності використання залежить фінансовий результат діяльності підприємства. Отже, питання обліку основних засобів мають теоретичне та практичне значення для будь-якого підприємства.

Завдяки наявності в Україні бухгалтерського і податкового обліку, їх роз'єднаності та відмінності виникає одна з основних проблем реформування податкової системи України, зокрема наближення податкового та бухгалтерського обліку основних засобів. Повне розв'язання цієї проблеми дозволить значно полегшити роботу відділів бухгалтерії на підприємствах, уникати розбіжності у трактуваннях одних і тих же процесів і явищ.

Головні питання методики забезпечення бухгалтерського та податкового обліку основних засобів досліджено у багатьох наукових працях, зокрема таких вчених, як: Гненний О. М., Жовтопуп М. М. Тютюнник П. С., Бєлоусов А. М., Голова С. Ф., Колеснікова О. М. та ін. Проте виникає проблема наближення бухгалтерського та податкового обліку основних засобів, що потребує подальшого дослідження. Ряд питань у законодавчо-нормативних документах залишились недопрацьованими, а саме: методика нарахування амортизації, визначення справедливої вартості і переоцінки, облік продажу основних засобів тощо.

Метою цієї статті є аналіз відмінностей між бухгалтерським та податковим обліком основних засобів та надання рекомендацій стосовно їх гармонізації.

Згідно зі ст. 3 Закону України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність» бухгалтерський облік ведеться з метою складання фінансової звітності, яка повинна надавати користувачам повну, правдиву та неупереджену інформацію про фінансове становище і результати діяльності підприємства [1]. Податковий облік ведеться з метою визначення оподатковуваного прибутку та суми податку з нього. Тобто ці дві мети абсолютно різні та ніяк не пов'язані між собою. Отже, очевидним є той факт, що правила бухгалтерського й податкового обліку основних засобів будуть відрізнятись. На сьогодні норми ПКУ повторюють правила бухгалтерського обліку активів, зобов'язань, доходів та витрат, хоча і мають досить багато відмінностей у деталях [6, с. 112].

Отже, для вирішення проблеми відмінності податкового та бухгалтерського обліку основних засобів необхідно дослідити їх можливі відмінності у сфері обліку. Сьогодні суб'єкти господарювання для ведення своєї діяльності використовують доволі широку номенклатуру основних засобів. Від системи обліку залежить контроль за використанням основних засобів та розмір фінансових результатів діяльності [5, с. 42]. Ведення бухгалтерського та податкового обліку в Україні регламентується цілою низкою законодавчих і нормативних документів. Однак, незважаючи на значну кількість нормативних документів, під час ведення бухгалтерського та податкового обліку основних засобів допускаються помилки. Причиною цього є те, що: по-перше, бухгалтер не завжди може ознайомитися з необхідними документами та своєчасно їх опрацювати у зв'язку з великим обсягом поточної роботи; по-друге, норми багатьох інструкцій та положень викладені нечітко і неоднозначно, та навіть іноді суперечать одна одній.

© Ковтун В. А., 2015

Бухгалтерський облік основних засобів ведеться відповідно до П(С)БО № 7 «Основні засоби», а питання податкового обліку та нарахування амортизації підлягають постійним змінам, що зумовило дослідження цієї тематики. Основним нормативним документом до 01.01.2011 року для обліку та нарахування амортизації для ведення податкового обліку був Закон України «Про оподаткування прибутку підприємств», але з 01.01.2011 року основні прийоми та методи податкового обліку та амортизації змінилися у зв'язку із уведенням у дію Податкового кодексу України. Зміни, внесені у законодавство, наблизили практику обліку та нарахування податкової амортизації до бухгалтерської, однак існують відмінності навіть у визначенні основних понять [4, с. 79].

У законодавчих і нормативно-правових актах часто зустрічаються різні тлумачення терміна «основні засоби», наприклад: основні засоби, основні фонди тощо. Також інколи відрізняється економічна сутність поняття.

Згідно з П(С)БО № 7 «Основні засоби» основні засоби – матеріальні активи, які підприємство / установа утримує з метою використання їх у процесі виробництва / діяльності або постачання товарів, надання послуг, здавання в оренду іншим особам або для здійснення адміністративних і соціально-культурних функцій, очікуваний строк корисного використання (експлуатації) яких більше одного року (або операційного циклу, якщо він довший за рік) [2].

Податковий кодекс України (ПКУ) визначає, що основні засоби – матеріальні активи, у тому числі запаси корисних копалин наданих у користування ділянок надр (крім вартості землі, незавершених капітальних інвестицій, автомобільних доріг загального користування, бібліотечних і архівних фондів, матеріальних активів, вартість яких не перевищує 2500 грн, невиробничих основних засобів і нематеріальних активів), що призначаються платником податку для використання у господарській діяльності платника податку, вартість яких перевищує 2500 грн і поступово зменшується у зв'язку з фізичним або моральним зносом та очікуваний строк корисного використання (експлуатації) яких з дати введення в експлуатацію становить понад один рік (або операційний цикл, якщо він довший за рік) [3].

Вагомою проблемою, яка виникає під час обліку основних засобів, є нарахування амортизації. Вибір методу нарахування амортизації – доволі складна задача, яка постає перед бухгалтером. Визначення поняття «амортизація» в ПКУ та П(С)БО № 7 не має суттєвих відмінностей. П(С)БО № 7 визначає, що амортизація – це систематичний розподіл вартості, яка амортизується, необоротних активів протягом строку їх корисного використання (експлуатації) [2].

У бухгалтерському та податковому обліку однакові методи нарахування амортизації, до них відносять: прямолінійний, зменшення залишкової вартості, прискореного зменшення залишкової вартості, кумулятивний і виробничий. З введенням ПКУ термін нарахування амортизаційних відрахувань у двох системах (бухгалтерський і податковий) обліку став однаковим, нараховується щомісячно, починаючи з місяця, що настає за місяцем введення в експлуатацію об'єкта. Однак існують деякі відмінності ведення процесу амортизації на підприємстві, наприклад:

1. Вибір методу амортизації підприємством згідно з П(С)БО № 7 вибирається самостійно, на відміну від положень Податкового кодексу України, де вибір методу амортизації здійснюється згідно зі встановленими ПКУ обмеженнями.

2. Строк корисного використання основних засобів згідно з П(С)БО № 7 встановлюється підприємством самостійно з урахуванням переліку визначених факторів (п. 23 П(С)БО № 7), але ПКУ встановлює обов'язкові мінімально допустимі строки корисного використання основних засобів.

Також існують деякі відмінності в урахуванні витрат, пов'язаних із ремонтом та поліпшенням об'єктів основних засобів. Згідно з П(С)БО № 7 ці витрати включаються до складу витрат. Однак в ПКУ існує межа в 10 відсотків, тобто витрати, пов'язані з ремонтом, входять у суму витрат, якщо сума не перевищує 10 відсотків вартості, яка амортизується на початок звітного періоду, решта витрат збільшує первісну вартість такого об'єкта [3].

Введення в дію Податкового кодексу України зближує бухгалтерський та податковий облік основних засобів. Однак повної відповідності бухгалтерського і податкового обліку основних засобів не відбулося. Вважаємо, що для більшого наближення бухгалтерського та податкового обліку необхідно:

1. В бухгалтерському обліку використовувати межу вартості основних засобів, яка вказана в ПКУ, що перевищує 2 500 грн. Це суттєво полегшить роботу бухгалтерів, які змушені вести подвійний облік.

2. Ввести однакові норми вибору методів амортизації.

3. Встановити в бухгалтерському обліку мінімально допустимі строки корисного використання основних засобів, аналогічні до податкового обліку.

4. В П(С)БО № 7 включати до складу витрат, пов'язаних із ремонтом та поліпшенням об'єктів основних засобів, суму, яка не перевищує 10 відсотків вартості, яка амортизується на початок звітного періоду. Решту витрат відповідно до норм ПКУ включити в первісну вартість такого об'єкта.

Таким чином, зміни податкової системи максимально наблизили податковий облік до вимог П(С)БО № 7. За результатами проведеного дослідження було надано відповідні рекомендації щодо наближення бухгалтерського

та податкового обліку основних засобів. Незважаючи на кроки держави щодо гармонізації бухгалтерського (фінансового) та податкового обліку основних засобів, повної їх відповідності не відбулося. Отже, ця проблема потребує подальшого дослідження.

Науковий керівник – старший викладач Андрющенко В. О.

Література: 1. Про бухгалтерський облік та фінансову звітність [Електронний ресурс] : Закон України від 16.07.1999 № 996-XIV. – Режим доступу : http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/996-14. **2.** Про затвердження Положення (стандарту) бухгалтерського обліку № 7 "Основні засоби" [Електронний ресурс] : Наказ Міністерства фінансів України 27.04.2000 № 92. – Режим доступу : http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/z0288-00. **3.** Податковий кодекс України [Електронний ресурс] : Закон України від 02.12.2010 № 2755-VI. – Режим доступу : http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/2755-17. **4.** Касич А. О. Проблемні аспекти бухгалтерського та податкового обліку основних засобів в Україні / А. О. Касич, Н. В. Черевик // Вісник Кременчуцького національного університету імені Михайла Остроградського. – 2013. – № 3 (80). – С. 78–86. **5.** Бєлоусов А. Шляхи гармонізації бухгалтерського та податкового обліку основних засобів / А. Бєлоусов // Бухгалтерський облік і аудит. – 2005. – № 11. – 284 с. **6.** Колеснікова О. М. Проблемні питання обліку і оподаткування операцій з основними засобами / О. М. Колеснікова, О. М. Ганяйло // Облік і фінанси АПК. – 2011. – № 2. – 138 с.

ПОРІВНЯЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА ОБЛІКУ ВЛАСНОГО КАПІТАЛУ ПІДПРИЄМСТВА ЗА МСФЗ ТА П(С)БО

УДК 657.41

Козієв Д. О.

Студент 3 курсу
факультету міжнародних економічних відносин ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Розкрито сутність обліку власного капіталу; розглянуто особливості відображення в обліку і звітності підприємств інформації про власний капітал за МСФЗ (Міжнародними стандартами фінансової звітності), П(С)БО (Положенням (стандартами) бухгалтерського обліку України); проаналізовано останні реформи системи бухгалтерського обліку щодо власного капіталу в Україні.*

Ключові слова: *власний капітал, облік, МСФЗ, П(С)БО, фінансова звітність.*

Аннотация. *Раскрыта сущность учета собственного капитала; рассмотрены особенности отражения в учете и отчетности предприятий информации о собственном капитале по МСФО (Международным стандартам финансовой отчетности), П(С)БУ (Положению (стандартам) бухгалтерского учета Украины); проанализированы последние реформы системы бухгалтерского учета по собственному капиталу в Украине.*

Ключевые слова: *собственный капитал, учет, МСФО, П(С)БУ, финансовая отчетность.*

Annotation. *The article reveals the essence of equity accounting, considers the peculiarities of equity accounting according to IFRS (International Financial Reporting Standards), R(S)AU (Regulations (Standards) of Accounting in Ukraine), analyses the latest reforms of accounting system regarding equity in Ukraine.*

Keywords: *equity, accounting, IFRS, R(S)AU, financial report.*

На сучасному етапі розвитку України активно ведеться процес реформування та наближення національних стандартів бухгалтерського обліку до міжнародних, розпочатий ще після отримання Україною незалежності, з метою поліпшення умов співпраці компаній із закордонними агентами та уніфікації принципів бухгалтерського обліку на міжнародному рівні.

© Козієв Д. О., 2015

Власний капітал має значний вплив на створення та розвиток підприємства. Задля прийняття розміркованих та обґрунтованих управлінських рішень керівникам необхідно мати повну та достовірну інформацію про фінансовий та майновий стан компанії. Найважливішими джерелами, де необхідна інформація збирається та систематизується, є бухгалтерський облік та фінансова звітність. Саме тому для підприємств велике значення мають найсучасніші вимоги до якості та методів подачі інформації, вдосконалення методики обліку власного капіталу та відображення відповідної інформації у фінансових звітностях.

Метою статті є розкриття складових власного капіталу в обліку та звітності за вітчизняними та міжнародними стандартами, проведення порівняльного аналізу та розглядання реформ системи бухгалтерського обліку щодо власного капіталу в Україні.

Об'єктом дослідження є облік власного капіталу.

Предметом дослідження виступають відмінності між системами обліку власного капіталу за національними та міжнародними стандартами.

Дослідженням теоретичних аспектів та проблем обліку власного капіталу, його структури, формування і використання, відображення його у фінансовій звітності займались такі вчені, як В. Г. Швець, М. С. Пушкар, Н. О. Гура, Ф. Ф. Бутинець, Т. Г. Мельник, Н. І. Дорош, М. В. Саварин, Г. П. Голубнича, та ін. Однак у контексті постійного розвитку економічної галузі, появи нових методів господарювання, змін законодавства подальше вивчення практики та теорії імплементації облікових стандартів в Україні знов набуває актуальності.

Україна зібралася піти шляхом створення національних положень (стандартів) бухгалтерського обліку (П(С)БО), які базуються на основних концепціях МСФЗ. Наразі Міністерство фінансів України поступово реформує Національні стандарти, зближуючи їх з міжнародними та зменшуючи прогалину між вітчизняною системою обліку та загальновикористовуваною європейською.

Згідно з національним положенням (стандартом) бухгалтерського обліку 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності» власний капітал – це частина в активах підприємства, що залишається після вирахування його зобов'язань [1]. В міжнародних стандартах бухгалтерського обліку не використовується такий термін, як «власний капітал», еквівалентом до нього в зарубіжній практиці є поняття «чисті активи» (net assets) [2].

МСФЗ не розглядають детально проблему обліку власного капіталу, адже існує розбіжність національних законодавств, які формують вимоги до структури та складу власного капіталу для різних форм організації підприємств, а отже, відмінність національних стандартів його обліку. Відображення у фінансовій звітності інформації про власний капітал в Україні доволі схоже з МСФЗ. Основною розбіжністю є те, що за МСФЗ обов'язковим є відображення інформації тільки про випущений капітал та резерви, а статті власного капіталу згруповані та мають характер рекомендацій [3]. Також в Україні доцільним є надання суб'єктам господарювання права додаткового розкриття інформації про власний капітал у фінансових звітностях шляхом додавання певних статей фінансових звітів, що деталізуватимуть регламентовані на базовому рівні обов'язкові статті фінансових звітностей. Розглядаючи потреби в додаткових статтях, важливо відповідати вимозі доречності подання відповідної інформації для її розуміння з урахуванням мети складання кожної фінансової звітності. Перевагою такого підходу є надання можливості формування фінансових звітів із урахуванням особливостей суб'єктів господарювання, які, зокрема, визначають склад та структуру елементів фінансових звітностей.

Варто також зазначити, що МСФЗ не мають обов'язкової вимоги про те, щоб звіт про фінансовий стан (баланс) мав статтю «Нерозподілений прибуток» (параграф 54 МСБО 1 «Подання фінансових звітів»). Таким чином, неприбуткове підприємство має змогу віднести сальдо нерозподіленого чистого фінансового результату у статтю «Приріст чистих активів». Представники малого бізнесу, у свою чергу, мають можливість відображати нерозподілений прибуток у складі статті пасиву, яку наводять у балансі під єдиною назвою «Капітал і резерви» або як «Власний капітал» [3].

Найбільш суттєві різниці між П(С)БО та МСФЗ є у методичній частині звітності, зокрема вони стосуються економічних факторів, таких як оподаткування, соціальні відрахування, більш обмежені можливості і вимоги щодо створення резервів на гарантійне обслуговування, ремонт, податкові резерви, майбутні доходи за відсотками або дивідендами [4].

У процесі управління підприємством окреме місце займає походження власного капіталу. Світова практика використовує такий поділ власного капіталу за джерелами утворення (рис. 1):

У вітчизняній практиці власний капітал підприємства, залежно від джерела формування, також поділяється на дві групи (рис. 2).

Щодо реформування системи бухгалтерського обліку в Україні, то в 2013 році до НП(С)БО 1 були внесені зміни до структури та назви форм фінансової звітності відповідно до МСФЗ. Введено такі статті балансу, як «зареєстрований капітал» і «капітал в дооцінках», введено поняття сукупного доходу і визначено його складові, які відображаються в розд. II Звіту про фінансові результати.

Рис. 1. **Складові власного капіталу за міжнародними стандартами** [4]

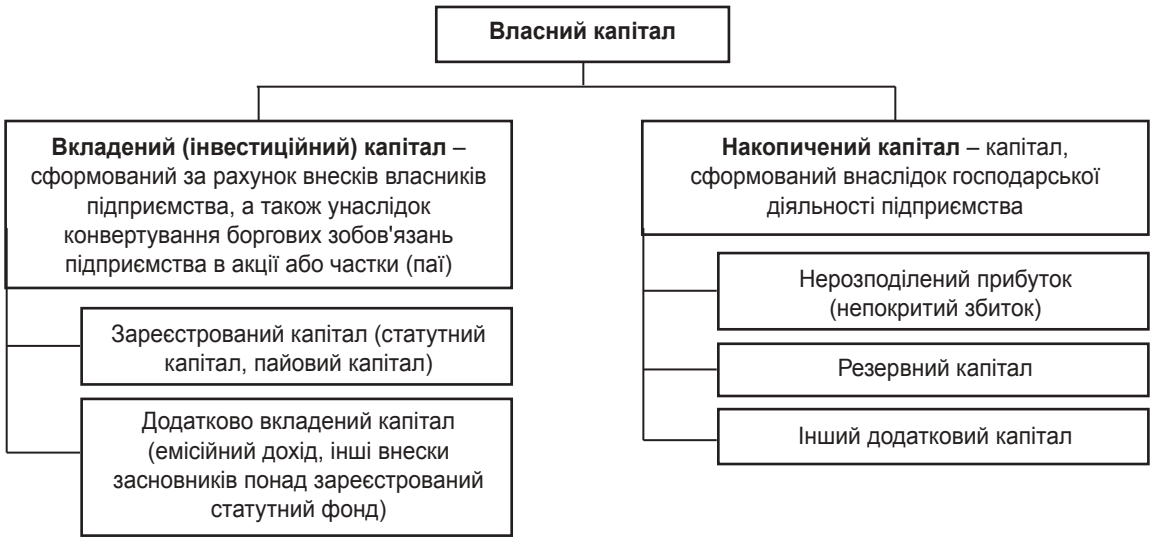


Рис. 2. **Складові власного капіталу за національними стандартами** [4]

Отже, існують певні розбіжності у структурі та складі власного капіталу між національними стандартами обліку та міжнародними. Зокрема тому, що сам термін "власний капітал" у міжнародній практиці зазвичай розглядається лише стосовно акціонерних компаній, та саме акціонери мають найбільшу зацікавленість у повноті та якості інформації про капітал. Відповідно до різноманітних організаційних та правових форм компаній існують розбіжності у відносинах власності, а також у регулюванні майнових питань, це і зумовлює особливості та відмінності у системі обліку власного капіталу та у відображенні відповідної інформації у фінансовій звітності. Покращення та адаптація системи бухгалтерського обліку в Україні вже почалося, і цей процес є доволі складним, неоднозначним та має співвідноситися з готовністю суб'єктів господарювання до відповідних новацій [5]. Імплементація МСФЗ в Україні значно полегшить співпрацю місцевих підприємств із закордонними торговельними партнерами, а отже – відкриє нові можливості для залучення додаткових іноземних інвестицій.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Часовнікова Ю. С.

Література: 1. Про затвердження Національного положення (стандарту) бухгалтерського обліку 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності» [Електронний ресурс] : Наказ Міністерства фінансів України від 07.02.2013 № 73. – Режим доступу : http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/z0336-13. **2.** Міжнародний стандарт бухгалтерського обліку 1 (МСБО 1). Подання фінансової звітності [Електронний ресурс] // Міністерство фінансів України. – Режим доступу :

http://msfz.minfin.gov.ua. **3.** Жолнер І. В. Фінансовий облік за міжнародними та національними стандартами : навч. посіб. – Київ : НУХТ, 2012. – 335 с. **4.** Петришина Н. С. Порівняльна характеристика категорії власний капіталза національними та міжнародними стандартами бухгалтерського обліку / Н. С. Петришина, О. О. Греснюк // Облік і аудит. Наука й економіка. – 2013. – № 1 (29). – С. 74–79. **5.** Картузова Т. В. Необхідність переходу України на міжнародні стандарти фінансової звітності / Т. В. Картузова, О. М. Яворська // Національний лісотехнічний університет України. – 2010. – № 20.9. – С. 176–180.

МЕТА, ОСНОВНІ ЗАВДАННЯ ТА НОРМАТИВНЕ РЕГУЛЮВАННЯ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ НА СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

УДК 657:338.43

Колмикова О. І.

Студент 3 курсу
факультету обліку і аудиту ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Висвітлено проблеми бухгалтерського обліку на сільськогосподарському підприємстві. Розглянуто теоретичні аспекти нормативного регулювання та основні завдання бухгалтерського та управлінського обліку. Наведено приклади нормативного регулювання та ведення обліку на сільськогосподарських підприємствах.*

Ключові слова: *бухгалтерський облік, управлінський облік, сільське господарство, підприємство, регулювання обліку.*

Аннотация. *Освещены проблемы бухгалтерского учета на сельскохозяйственном предприятии. Рассмотрены теоретические аспекты нормативного регулирования и основные задачи бухгалтерского и управленческого учета. Приведены примеры нормативного регулирования и ведения учета на сельскохозяйственных предприятиях.*

Ключевые слова: *бухгалтерский учет, управленческий учет, сельское хозяйство, предприятие, регулирование учета.*

Annotation. *The purpose of this article is to highlight the problems of accounting accounting in the agricultural business. The theoretical aspects of regulation and the main tasks of accounting and management accounting. Examples of regulatory and accounting in agricultural enterprises.*

Keywords: *the accounting, the management accounting, the agriculture, business, the accounting regulation.*

Питання теми сільськогосподарського виробництва є однією із важливих для сучасного суспільства. Сільське господарство може існувати завдяки аграрному сектору, забезпечуючи себе продуктами харчування та робочими місцями. Сільське господарство – одна з провідних галузей економіки України та базова складова аграрного сектора України [1].

Сільське господарство стабільно забезпечує населення країни якісним, безпечним, доступним продовольством, також впливає на розв'язання світової проблеми голоду. Потенціал виробництва значно перевищує потреби внутрішнього ринку.

Виробництво сільськогосподарської продукції має свої особливості, які необхідно враховувати під час організації та ведення бухгалтерського обліку на сільськогосподарському підприємстві. Бухгалтерський облік – це процес визначення, вимірювання та надання економічної інформації про організацію з метою винесення обґрунтованих рішень користувачам інформації. Важливим для сільського господарства є управлінський облік, за допомогою якого на підприємстві ведеться злагоджена та конструктивна робота з подальшим досягненням поставленої мети [2].

© Колмикова О. І., 2015

У сучасних умовах на першому етапі виникає необхідність перегляду основних напрямів удосконалення ведення бухгалтерського обліку і звітності на сільськогосподарських підприємствах, важливу увагу слід приділити узгодженню інформаційного забезпечення підприємств України з міжнародними стандартами.

Обрана тема висвітлювалась провідними вітчизняними вченими Ф. Ф. Бутинцем, Б. І. Валуєвим, Г. Г. Кірейцевим, М. М. Коцупатрим, В. Г. Лінником, Л. В. Нападовською, М. Ф. Огійчуком, М. С. Пушкарем.

Для того щоб досягти злагодженої роботи та функціонування всіх економічних процесів підприємства, необхідно чітко визначити мету, основні завдання та вивчити нормативне регулювання на сільськогосподарських підприємствах, використовувати науково обґрунтовані інструкції для поліпшення бухгалтерського обліку в сільськогосподарських підприємствах, які б дозволили точно і повністю висвітлювати необхідну інформацію.

Досягти поставленої мети можна завдяки розв'язанню таких задач: висвітлити значення бухгалтерського обліку в подальшому розвитку сільськогосподарських підприємств; аргументувати всі сторони бухгалтерського обліку в теперішніх умовах та втілити його функції; проаналізувати сучасний стан систем бухгалтерського обліку підприємств сільського господарства, пов'язаних із підприємствами інших суб'єктів господарювання і інших галузей діяльності; на підставі аналізу характерних рис процесу документування, подальшого збору інформації про стан і діяльність підприємства знайти шляхи удосконалення відображення облікової інформації в бухгалтерській звітності згідно з потребами обліку; підкреслити умови вдосконалення збору інформації про господарську діяльність сільськогосподарських підприємств; розробити та удосконалити облікові процеси під час інтеграції в умовах автоматизації [3].

В Україні ведення бухгалтерського обліку на сільськогосподарських підприємствах регулює:

– Закон України «Про бухгалтерський облік і фінансову звітність» від 16.07.1999 № 996-XIV зі змінами та доповненнями. Розкриває правові елементи регулювання, організації, ведення бухгалтерського обліку та складання фінансової звітності [4];

– П(С)БО 9 «Запаси», затверджене наказом Міністерства фінансів України від 20.10.1999 № 246 зі змінами та доповненнями. Характеризує методологію формування у бухгалтерському обліку інформації про запаси і пояснює її відображення у фінансовій звітності [5];

– П(С)БО 16 «Витрати», затверджене наказом Міністерства фінансів України від 31.12.1999 № 318 зі змінами та доповненнями. Згідно з цим Положенням формується виробнича собівартість продукції (робіт, послуг), що включає прямі матеріальні витрати; прямі витрати на оплату праці; інші прямі витрати; змінні загальновиробничі витрати та постійні розподілені загальновиробничі витрати [6];

– П(С)БО 30 «Біологічні активи», затверджене наказом Міністерства фінансів України від 18.11.2005 № 790 зі змінами та доповненнями. З'ясовує методологічні аспекти 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. Норми Положення (стандарту) 30 застосовуються підприємствами, організаціями та іншими юридичними особами (далі – підприємства) усіх форм власності (крім банків, бюджетних установ та підприємств, які відповідно до законодавства складають фінансову звітність за міжнародними стандартами фінансової звітності) щодо сільськогосподарської діяльності [7];

– Інструкція про застосування Плану рахунків бухгалтерського обліку активів, капіталу, зобов'язань і господарських операцій підприємств і організацій від 30.11.1999 № 291 зі змінами та доповненнями. Встановлює призначення і порядок ведення рахунків бухгалтерського обліку для узагальнення методом подвійного запису інформації про наявність і рух активів, капіталу, зобов'язань та факти фінансово-господарської діяльності підприємств, організацій та інших юридичних осіб (крім банків, бюджетних установ та підприємств, які відповідно до законодавства складають фінансову звітність за міжнародними стандартами фінансової звітності) незалежно від форм власності, організаційно-правових форм і видів діяльності, а також виділених на окремий баланс філій, відділень та інших відособлених підрозділів юридичних осіб [8].

Планування, організація та ведення бухгалтерського обліку за журнально-ордерною формою на сільськогосподарських підприємствах виконується згідно з наказом Міністерства аграрної політики «Про затвердження регістрів та Методичних рекомендацій із організації та ведення бухгалтерського обліку за журнально-ордерною формою на підприємствах агропромислового комплексу» від 07.03.2001 № 49 зі змінами та доповненнями, який затверджує регістри журнально-ордерної форми бухгалтерського обліку та методичні рекомендації з організації та ведення бухгалтерського обліку за журнально-ордерною формою на підприємствах агропромислового комплексу [9].

Таким чином, можна дійти висновку, що вагомими проблемами формування та забезпечення ефективного існування управлінського обліку на вітчизняних сільськогосподарських підприємствах є те, що частина інформації, яка використовується для перевірки та оцінювання господарської діяльності, починає існувати не в офіційній системі бухгалтерського обліку в цілому. Виникає проблема, що дані обліку будуть використовуватись не для управління, а для співставлення даних фінансового (бухгалтерського) обліку та подальшого їх оформлення та ви-

правлення. На цьому етапі фінансова звітність – не основне джерело інформації на підприємстві для вирішення потрібних питань і задач. Необхідно використовувати систему обліку, яка буде ефективною, тому що нестача фінансової інформації дуже небезпечна, але і наявність надлишкової інформації не надає можливості зосередитись керівникам підприємства на дійсно вагомих проблемах, які в першу чергу потребують уваги.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Пасенко Н. С.

Література: 1. Бухгалтерський облік у сільському господарстві : навч. посіб. для студентів вищ. навч. закл. / [Ф. Ф. Бутинець, М. Я. Дем'яненко, П. Т. Саблук та ін.]. – Житомир : РУТА, 2003. – 511 с. **2.** Бутинець Ф. Ф. Управленческий учет: есть ли такой? / Ф. Ф. Бутинець // Проблемы развития теории бухгалтерского учета и контроля : [монография]. – Брест-Житомир : ЖГТУ, 2004. – 351 с. **3.** Облік сільськогосподарської діяльності : навч. посіб. / За ред. В. М. Жука. – Київ : Юр-Агро-Веста, 2007. – 368 с. **4.** Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні [Електронний ресурс] : Закон України від 16.07.1999 № 996–XIV. – Режим доступу : http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=996-14. **5.** Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 9 "Запаси" [Електронний ресурс] : Наказ Міністерства фінансів України від 20.10.1999 № 246. – Режим доступу : http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/z0751-99. **6.** Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 16 «Витрати» [Електронний ресурс] : Наказ Міністерства фінансів України від 31.12.1999 № 318. – Режим доступу : http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/z0027-00. **7.** Положення (стандарт) 30 «Біологічні активи» [Електронний ресурс] : Наказ Міністерства фінансів України від 18.11.2005 № 790. – Режим доступу : http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/z1456-05. **8.** Інструкція про застосування Плану рахунків бухгалтерського обліку капіталу, зобов'язань, господарських операцій підприємств і організацій [Електронний ресурс] : Наказ Міністерства фінансів України від 30.11.1999 № 291. – Режим доступу : http://www.minfin.gov.ua/control/uk/publish/archive/main?cat_id=2935. **9.** Про затвердження регістрів та Методичних рекомендацій з організації та ведення бухгалтерського обліку за журнально-ордерною формою на підприємствах агропромислового комплексу [Електронний ресурс] : Наказ Міністерства аграрної політики від 07.03.2001 № 49. – Режим доступу : http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/z0350-01.

АНАЛИЗ СУЩНОСТИ И ВИДОВ РЕКЛАМЫ

УДК 659.1(477)

Колмыкова О. И.

Студент 3 курса
факультета учета и аудита ХНЭУ им. С. Кузнеца

Аннотация. *Исследована сущность, виды рекламы и развитие современной рекламной деятельности в Украине. Дано современное определение рекламы рассмотрены ее характеристики, основные этапы развития.*

Ключевые слова: *реклама, внешняя реклама, интернет-реклама.*

Анотація. *Досліджено сутність, види реклами та розвиток сучасної рекламної діяльності в Україні. Дано сучасне визначення реклами, розглянуто її характеристики, основні етапи розвитку.*

Ключові слова: *реклама, зовнішня реклама, інтернет-реклама.*

Annotation. *The essence, types of advertising and development of modern advertising activity in Ukraine. Given the modern definition of advertising discussed its characteristics, main stages of development.*

Keywords: *advertising, outdoor advertising, Internet advertising.*

В настоящее время роль рекламы сложно переоценить, так как на наш выбор товара или услуги влияет именно реклама. Рекламу можно встретить повсюду: на радио, телевидении, билбордах, в газетах, журналах. Вопросами рекламы на протяжении многих лет занимаются как отечественные, так и зарубежные ученые: Ф. Котлер, Д. Беклешов, К. Воронов, В. Абчук, Е. Дихтль, Х. Хершген.

© Колмыкова О. И., 2015

На сегодняшний день существует большое количество определений понятия рекламы, некоторые из них представлены в табл. 1.

Таблица 1

Определение понятия «реклама»

Автор	Определение
Ф. Котлер [1]	Реклама – любая платная форма неличного представления и продвижения идей, товаров и услуг конкретного заказчика
К. Бове , У. Аренс [2]	Реклама – это неперсонифицированная передача информации, обычно оплачиваемая и обычно имеющая характер убеждения, о продукции, услугах или идеях известными рекламодателями посредством различных носителей
У. Уэллс, Дж. Бернет, С. Мориарти [3]	Реклама – это оплаченная неперсонализированная коммуникация, осуществляемая идентифицированным спонсором и использующая средства массовой информации с целью склонить к чему-то аудиторию или повлиять на нее
Ф. Понкратов, Ю. Баженов, Т. Серегина, В. Шахурин [4]	Реклама – информация о потребительских свойствах товаров и услуг с целью создания на них спроса
В. Веселов [5]	Реклама – это, как правило, оплаченная неперсонифицированная передача информации о товарах, услугах или идеях при помощи средств распространения рекламы с целью оказания влияния на потенциальных потребителей данной информации
Д. Беклешов, К. Воронов [6]	Реклама – это печатное, рукописное, устное или графическое уведомление о лице, товаре, услугах или общественном движении, открыто исходящее от рекламодателя и оплаченное им с целью увеличения сбыта, расширения клиентуры, получения голосов или публичного одобрения
Е. Дихтль, Х. Хершген [7]	Это специальная форма коммуникации, направленная на побуждение людей к определенному, служащему целям сбыта поведению
Л. Басовский [8]	Неличные формы коммуникации, осуществляемые посредством платных средств распространения информации, с четко указанным источником финансирования
А. Годин [9]	Это одно из самых распространенных средств стимулирования сбыта, которое выделяется среди прочих тем, что воздействует прежде всего на эмоции покупателя, возбуждает у него желание купить товар, вырабатывает психологическую привязанность к определенным маркам изделий
Закон Украины «Про рекламу» [10]	Реклама – информация о лице или товаре, распространенная в любой форме и любым способом и предназначенная сформировать или поддержать осведомленность потребителей рекламы и их интерес относительно таких лиц или товаров

Как видно из табл. 1, большинство авторов определяют рекламу как средство целенаправленной передачи информации потребителям для повышения спроса на свои продукты. Таким образом, можно утверждать, что реклама – это коммуникационный инструмент маркетинговой деятельности для привлечения большего числа потребителей. Реклама – особый вид коммуникационной деятельности, который имеет экономическую основу и сопровождает человечество на протяжении всей истории его развития [11]. Существуют три основополагающих условия возникновения и последующего развития рекламы в процессе эволюции общества [11]:

1. Возникновение рынка товаров и услуг.
2. Возникновение рынка средств распространения информации о предлагаемых к продаже товарах и услугах.
3. Возникновение рынка потребителей рекламируемых товаров и услуг.

В XXI веке реклама в Украине, как и в странах Европы, это современная реклама – рекламные плакаты, люди, раздающие на улицах листовки, рекламные объявления на столбах, стенах, билбордах и, конечно же, интернет-реклама.

Рассмотрим основные виды рекламы.

Информативная. Формирует образ (стиль) фирмы-производителя поставщика, сообщает покупателям информацию о товарах, их видах, назначении, качестве, уровне цен, принципах действия. Особенно важна на стадии внедрения для формирования первоначального спроса.

Убеждающая. Поощряет покупателя отдать предпочтения именно этому товару. Изменяет восприятие потребителем свойств товара. Убеждает в совершении покупки. Особенно важна на стадии роста для формирования селективного спроса.

Напоминающая. Напоминает о товаре, месте и условиях продажи, подтверждает имидж фирмы, подтверждает информированность. Особенно важна на стадии насыщения и зрелости.

Подкрепляющая. Поддерживает мнение о товаре и услуге после покупки и использования. Важна на стадии насыщения.

«Имидж фирмы». Подчеркивает солидность статуса фирмы, подтверждает надежность, прогрессивность и стабильность фирмы [12].

Рассмотрев основные виды рекламы, можно сказать, что для осуществления и реализации планов существуют все условия в сфере рекламной деятельности. Осуществление планов в жизнь всегда что-то стоит, и в данном случае реклама тоже обходится недешево. На Украину приходится 0,23 % мирового рекламного оборота, что составляет $1,185 млрд. Об этом свидетельствуют результаты анализа, проведенного коммуникационным агентством ВАРТО на основании данных журнала «Госстатистик», исследований SMG и eMarketer. Так, в 2013 году в мире на одного человека тратится в среднем $74 рекламных расходов [13].

В других странах, например Швейцарии, затраты на рекламу на душу населения, вне зависимости от возраста, составляют $744 в год, в Австрии – $512, в США – $480, в Японии – $400, в России – $68, в Украине – $26,3 в год на человека. В начале 90-х годов в расчете на одного жителя планеты затраты на рекламу составили в среднем $52 в год, в бывшем СССР – около 20 к.

Из всех стран наибольший по объемам рынок рекламы у США, где в 2012 году было потрачено $160,8 млрд, это в 17 раз больше, чем в 1955 году. Среди американских рекламодателей с бюджетом более $1 млрд лидируют компании Procter & Gamble Co – $4,9 млрд, General Motors – $3,1 млрд, телекоммуникационная компания Verizon Communications – $2,52 млрд [11].

Итак, функционирование рекламной деятельности в Украине нуждается в совершенствовании с учетом зарубежного опыта в этой области, однако без знания особенностей восприятия рекламы нашими гражданами трудно добиться хороших результатов.

Мы имеем все объективные условия, для того чтобы подняться до мирового уровня в сфере рекламы: соответствующий интеллект, современное образование, мощную науку и национальную элиту, которая формируется и призвана сыграть роль катализатора общественного прогресса.

Научный руководитель – преподаватель Корчагина Г. А.

Литература: 1. Котлер Ф. Основы маркетинга / Ф. Котлер. – М. : Прогресс, 1991. – 341 с. **2.** Бове К. Л. Современная реклама / К. Л. Бове, У. Ф. Аренс. – М. : Довгань. – 1995. – 704 с. **3.** Уильям У. Реклама. Принципы и практика / У. Уильям, С. Мориатти, Д. Бернет. – СПб. : Питер 2008. – 736 с. **4.** Понкратов Ф. Г. Рекламная деятельность : учебник / Ф. Г. Панкратов, Ю. К. Баженов, Т. К. Серегина и др. – М. : Маркетинг, 2001. – 364 с. **5.** Веселов С. В. Маркетинг в рекламе / С. В. Веселов. – М. : МИР, 2002. – Ч. I. – 316 с. **6.** Беклешов Д. В. Реклама в торговле / Д. В. Беклешов, К. Г. Воронов. – М. : Междунар. отношения, 1968. – 162 с. **7.** Дихтль Е. Практический маркетинг : учеб. пособие / Е. Дихтль, Х. Хершген ; под ред. И. С. Минко. – М. : Высш. шк. ; Инфра-М, 1996. – 255 с. **8.** Басовский Л. Е. Маркетинг : курс лекций / Л. Е. Басовский. – М. : ИНФРА-М, 1999. – 219 с. **9.** Годин А. М. Маркетинг / А. М. Годин. – М. : Дашков и К, 2003. – 604 с. **10.** Про рекламу [Электронный ресурс] : Закон України від 03.07.1996 № 270/96-ВР. – Режим доступа : http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/270/96 .**11.** Липчук В. Р. Маркетинг [Электронный ресурс] / В. Р. Липчук. – Режим доступа : http://uchebnikionline.com/marketing/marketing__lipchuk_vv/osnovni_vidi_reklami_harakteristika.htm. **12.** eMarketer and Starcom MediaVest Group Release Report on the State of Global Media UsageandSpending [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://www.emarketer.com. **13.** Эксперты рассказали, сколько в Украине тратят денег на рекламу [Электронный ресурс] // Аргументы и факты. – Режим доступа : http://www.aif.ua/money/1016481.

ОСНОВНЫЕ ОТЛИЧИЯ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА В БЮДЖЕТНЫХ И КОММЕРЧЕСКИХ ОРГАНИЗАЦИЯХ

УДК 657.3

Конарева М. Д.

Студент 3 курса
факультета учета и аудита ХНЭУ им. С. Кузнеца

Аннотация. *Рассмотрены сущность и особенности ведения бухгалтерского учета в бюджетных учреждениях, анализ его плана счетов, баланса и контроля за расходами, а также основные нюансы в учете бюджетных учреждений, ведение смет и централизация бухгалтерии.*

Ключевые слова: *учет в бюджетных учреждениях, план счетов, централизованная бухгалтерия, смета, отчетность.*

Анотація. *Розглянуто сутність і особливості ведення бухгалтерського обліку в бюджетних установах, аналіз його плану рахунків, балансу і контролю за витратами, а також основні нюанси в обліку бюджетних установ, ведення кошторисів і централізація бухгалтерії.*

Ключові слова: *облік у бюджетних установах, план рахунків, централізована бухгалтерія, кошторис, звітність.*

Annotation. *The article examines the nature and characteristics of accounting in budgetary institutions, the analysis of differences between its chart of accounts, balance and cost control. Main nuances in the light of budgetary institutions. Keeping accounting estimates and centralization.*

Keywords: *accounting in budgetary institutions, chart of accounts, centralized accounting, estimates, reporting.*

Бухгалтерский учет в бюджетных организациях отличатся от «традиционного» бухгалтерского учета в коммерческих организациях. В любой стране мира существует ряд предприятий, получающих средства для своего нормального функционирования из местного либо федеративного бюджетов. Такие предприятия, как и любое другое учреждение, должны вести бухгалтерский учет для предоставления необходимых отчетов интересующимся лицам. Из-за специфического источника получения средств так называемый бюджетный учет отличается от традиционного бухгалтерского учета. Тема является актуальной, так как план счетов, всевозможные сметы, кодировка – практически все составляющие основы бухгалтерского учета – имеют измененную форму в реалиях финансового бюджетного учета. Цель данной работы – выявить и рассмотреть основные отличия в ведении бухгалтерского учета в коммерческих и бюджетных организациях.

Данную тему в своих исследованиях затрагивали известные ученые и практики, такие как: Ф. Ф. Бутынец, С. Ф. Голов, М. Ф. Огийчук, В. Г. Линник, В. П. Завгородний и др.

Бухгалтерский учет в бюджетных организациях имеет общую основу с бухгалтерским учетом. Этот базис заключается в сборе и оформлении информации о доходах и расходах для контроля над финансовой составляющей предприятия и отчетности перед другими учреждениями [1].

Существует несколько деталей, существенно выделяющих бюджетный учет. Основные из них: счета бухгалтерского учета, баланс и время подачи отчетности.

Учет в бюджетных учреждениях имеет новые типы классов и счетов, которые замещают или даже полностью вытесняют старые. Поскольку в основном бюджетный учет зачастую имеет место в государственных организациях, не последнюю роль в его составе играют обязательства работников предприятия, материальные запасы и др. Здесь нет счетов, связанных с осуществлением коммерческой деятельности, получением прибыли (за исключением определенных видов деятельности). Отличие бухгалтерского учета в бюджетных и коммерческих организациях основано также на определении специфического состава и классификации основных средств, материальных запасов, обязательств и других классов плана счетов [2].

Баланс бюджетных учреждений отличается от баланса коммерческих структур, что, конечно же, меняет и саму структуру учета. Как и прежде, форма выполнения учета представлена двумя колонками. В левую колонку бухгалтер заносит информацию об активах, а в правую – о пассивах. Однако внутренняя конструкция, содержащая подробные данные по каждому пункту, имеет другой вид и оформление, что хорошо прослеживается при сравнении основных статей в обоих видах финансового учета [3].

Чтобы избежать путаницы с двумя разными видами отчетности, для бухгалтерских документов коммерческих и государственных организаций назначено разное время сдачи и приема. По сути, сам бюджетный учет осложняется рядом условий, которые необходимо учитывать при составлении отчета. Само же количество об-

© Конарева М. Д., 2015

рабатываемой информации значительно меньше, нежели при проведении финансового учета на обычном предприятии, что снижает нагрузку на бухгалтера [2].

Так же стоит обратить внимание на отличие в процессе ведения бухгалтерии бюджетными и коммерческими предприятиями. Бухгалтерия бюджетного учреждения – это отдельная самостоятельная служба со своей структурой. Основными организационными подразделениями в бюджетных учреждениях являются бухгалтерии и централизованные бухгалтерии. Крупные учреждения имеют отдельные самостоятельные бухгалтерии. Самая распространенная форма организации бухгалтерского учета в бюджетных учреждениях – централизованные бухгалтерии. Они создаются, как правило, при министерствах, ведомствах, их управлениях, управлениях местных государственных администраций с целью выполнения всех функций по учету и отчетности бюджетных учреждений, которые они обслуживают [4].

При централизованной форме организации учета руководители обслуживаемых учреждений обладают правами распорядителей средств. Они имеют право: заключать договора на поставку товаров, оказание услуг, выполнение работ, которые должны обязательно визироваться главным бухгалтером централизованной бухгалтерии; получать подотчетные суммы на командировочные, хозяйственные и другие нужды и разрешать их выдачу сотрудникам, разрешать оплату расходов за счет ассигнований и поступлений специальных средств, предусмотренных общим и специальными фондами сметы, тратить в соответствии с установленными нормами материалы, продукты питания на нужды бюджетного учреждения, утверждать авансовые отчеты подотчетных лиц, документы о результатах инвентаризации, акты на списание изношенных и непригодных основных средств и других материальных ценностей, решать вопросы, касающиеся финансово-хозяйственной деятельности бюджетного учреждения.

Централизованные бухгалтерии представляют руководителям обслуживаемых учреждений необходимые сведения о выполнении смет в сроки, установленные главным бухгалтером централизованной бухгалтерии по согласованию с руководителями таких учреждений [5].

Централизация положительно повлияла на бухгалтерский учет и отчетность бюджетных учреждений: улучшилось функциональное разделение между работниками бухгалтерии, распространились прогрессивные формы и методы учета, сократились расходы на содержание аппарата управления, появилась возможность сравнивать и обобщать результаты анализа выполнения сметы однотипных учреждений, используя современную вычислительную технику и новейшие пакеты прикладных программ по комплексной автоматизации бухгалтерского учета. Централизация бухгалтерского учета облегчает работу по возведению периодической и годовой отчетности об исполнении смет и контрольно-ревизионную работу. Работники централизованных бухгалтерий предоставляют необходимые данные обслуживаемым учреждениям об осуществленных хозяйственных операциях, документальную отчетность по обеспечению рационального и эффективного использования выделенных ассигнований и специальных средств, проводят экономический анализ деятельности учреждений с целью выявления и использование резервов.

К вышеперечисленному остается добавить, что бухгалтерский учет в бюджетных организациях имеет специфические нюансы и особенности, к которым относятся:

- организация учета с использованием статей бюджетной классификации;
- постоянный контроль над исполнением расходной сметы;
- расходы фактические и кассовые, их выделение в учете в отдельную группу;
- отраслевые особенности учета в структуре отрасли;
- тщательное следование требованиям нормативных документов и их выполнение [4].

В результате проделанного сравнительного анализа можно сделать вывод, что бухгалтерский учет в бюджетных учреждениях имеет свою специфику и особенности, которые прежде всего связаны с неприбыльностью данных организаций. Кроме этого, можно отметить отличительные черты в ведении централизованной бухгалтерии, что существенно облегчает постоянный контроль расходов, осуществляемый с помощью расходной сметы учреждения и основных нормативных документов.

Научный руководитель – канд. экон. наук, доцент Кудина О. Н.

Литература: 1. Бюджетный кодекс Украины от 21.06.2001 № 2542-111 // Ведомости Верховной Рады Украины. – 2001. – № 37–38. – Ст. 189. **2.** План рахунків бухгалтерського обліку бюджетних установ [Электронный ресурс] : Наказ Міністерства фінансів України від 26.06.2013 № 611. – Режим доступа : http://buhgalter911.com/Res/PSBO/PlanSchetovBudget.aspx. **3**. Самойлов И. В. Бюджетные учреждения: бухгалтерский учет, налогообложение, отчетность / И. В. Самойлов. – Киев : Главбух, 2009. – 248 с. **4.** Дорош Н. И. Учет в бюджетных организациях / Н. И. Дорош. – Киев : Универсал-бизнес, 2009. – 352 с. 5. Взаимосвязь доходов, расходов и расходов бюджетных учреждений // Бухгалтер. – 2010. – № 20.

ПРОБЛЕМЫ ВНЕДРЕНИЯ ЭЛЕКТРОННОГО ДОКУМЕНТООБОРОТА НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ

УДК 657. 24: 004

Конарева М. Д.
Терехова Е. А.

Студенты 3 курса
факультета учета и аудита ХНЭУ им. С. Кузнеца

Аннотация. *Рассмотрены и систематизированы основные достоинства, проанализированы трудности и некоторые недочеты введения и улучшения электронного учета документооборота, контроля и отчетности в хозяйственной деятельности предприятий в Украине на современном этапе в соответствии с действующим законодательством.*

Ключевые слова: *электронная система, электронный документооборот, электронная отчетность, электронная цифровая подпись.*

Анотація. *Розглянуто та систематизовано основні переваги, проаналізовано труднощі і деякі недоліки введення і поліпшення електронного обліку документообігу, контролю та звітності в господарській діяльності підприємств в Україні на сучасному етапі відповідно до чинного законодавства.*

Ключові слова: *електронна система, електронний документообіг, електронна звітність, електронний цифровий підпис.*

Annotation. *This article discusses the main advantages and systematically analyzed the difficulties and some of the shortcomings and improve the administration of the electronic registration of documents, monitoring and reporting in the economic activity of enterprises in Ukraine at the present stage, in accordance with applicable law.*

Keywords: *electronic system, electronic documents, electronic records, electronic signatures.*

Актуальность темы подтверждается тем, что использование компьютерной техники существенно улучшает сбор, обработку, обобщение информации, а следовательно, управленческие процессы. Правильная организация электронного документооборота способствует своевременной работе с бумагами, сокращает рабочее время на их обработку. Однако в таком характере ведения бухгалтерского учета и предоставления отчетности есть недоработки и неточности, он требует внимания и модернизации как со стороны государства, так и со стороны субъектов хозяйствования.

Целью статьи является изучение проблематики внедрения электронного документооборота в современных условиях и формирующих их факторов.

Вопросом внедрения и использования систем электронного документооборота, электронной отчетности занимались такие исследователи: Ф. Бутынец, Т. Микитенко, М. Белуха, Н. Задорожная и др.

Для качественного ведения бухгалтерского учета предприятий, организаций или учреждений необходимо пользоваться достоверной своевременной информацией и как можно больше сократить затраченное время на действия, не связанные напрямую с учетом. Сократить затраты, например, на отслеживание перемещения документов внутри организации, на необходимость вручную размножать документы и т. д. То есть сделать так, чтобы уровень трудовых затрат существенно снижался [1].

В этом случае самым оптимальным вариантом является внедрение автоматизированного контроля за выполнением работы с документами на всех этапах, что кардинально повышает качество работы исполнителей, позволяет сделать сроки подготовки документов более прогнозируемыми и управляемыми.

В Законе Украины «Об электронных документах и электронном документообороте» указано, что электронный документооборот – это совокупность процессов создания, обработки, отправки, передачи, получения, хранения, использования и уничтожения электронных документов, которые выполняются с применением проверки целостности и в случае необходимости с подтверждением факта получения таких документов [2].

К основным преимуществам электронного документооборота можно отнести следующие:

- полный контроль за перемещением и эволюцией документа;
- быстрое создание новых документов из уже существующих;
- предотвращение потерь или порчи документов;
- сокращение времени на поиск нужных документов;

© Конарева М. Д., Терехова Е. А., 2015

- возможность использования заранее заготовленных форм;
- высокая скорость передачи информации по большому количеству адресов;
- экономия бумаги.

В ведении электронного документооборота исключение бумажных документов не является основной задачей, скорее, в его основу заложено внедрение эффективного управления предприятием. На сегодняшний день для организации и управления документооборотом предлагается множество разнообразных средств автоматизации. На большинстве предприятий документооборот является далеко не совершенным. Причина этому – отсутствие модели организации документооборота независимо от степени автоматизации учета на предприятии. При введении и применении автоматизированной информационной системы нужно учитывать, что компьютер с комплектом программных средств – это только инструмент, неумелое его использование влечет за собой лишь ухудшение, а никак не желаемое упрощение внутренних проблем учета и управления.

Субъекты малого бизнеса преимущественно ведут учет вручную. И согласно законодательству они имеют право при определенных условиях подавать отчеты в бумажной форме. Но в реальном процессе работники государственных органов требуют электронный вариант. Для ведения электронной бухгалтерии бухгалтер, который ведет учет и составляет отчетность, должен свободно владеть персональным компьютером, чтобы избежать ошибок и неприятностей, которые часто возникают при предоставлении такой бумажной отчетности.

На рынке программных обеспечений представлен масштабный диапазон программ в области автоматизации бухгалтерского учета, более популярными и приспособленными к украинской системе ведения учета считаются: «1С: Предприятие» – 7-я и 8-я версии; «Акцент-бухгалтерия»; «Парус – Предприятие»; «Бест Отчет Плюс».

Не считая трудностей, связанных с юридической силой электронных документов, появляется проблема охраны электронных документов. Во-первых, это контроль прав доступа к документам, а во-вторых, это охрана электронного документа и его реквизитов с нечаянными либо намеренными изменениями в документе после его формирования и вступления юридической силы, а также защита электронного документа при его хранении в электронном архиве. Защиту электронных документов на предприятии можно организовать различными способами. Например, можно применять разграничения прав доступа с использованием индивидуальных паролей входа в программу. Это позволит работникам работать только с теми документами, которые входят в их компетенцию [2].

Проблема законодательно урегулированной идентификации была ключевым тормозом в масштабном применении электронных документов в Украине. Потому использование электронной цифровой подписи согласно Законодательству Украины «Об электронной цифровой подписи» считается очень значимым шагом. Однако и тут появляются возможные проблемы, среди которых акцентируют внимание на:

- применении недействительных электронных цифровых подписей;
- применении электронных цифровых подписей лицами, не имеющими на это права, в результате их кражи или халатности должностных лиц;
- фальсификации или подделке цифровой подписи, или подписанного электронного документа вследствие злоупотребления должностных лиц центра сертификации ключей или других организаций, или расшифровки [3].

Большую часть из рассмотренных проблем можно разрешить на уровне самой организации за счет верного введения и применения системы электронного документооборота, а конкретно: обучение учетного персонала, внедрение наиболее массивного оборудования и усовершенствованного программного и технологического обслуживания и т. д. Но проблему юридического подтверждения электронных учетных документов можно решить лишь при наличии соответственной законодательной базы [4].

Внедрение автоматизированных систем ведения бухгалтерского учета – это процесс, результатом которого является улучшение качества учетных данных и, как следствие, повышение эффективности управления предприятием. Следующим шагом в развитии бухгалтерского учета может быть использование корпоративных, отраслевых, региональных и межрегиональных компьютерных сетей. В Украине сетевая система учета своими темпами развития уступает системе учета в высокоразвитых странах, поэтому следует использовать международные стандарты и зарубежный опыт [5].

Внедрение в практику Законов Украины «Об электронных документах и электронном документообороте», «Об электронной цифровой подписи» предусматривает не только способности внедрения на предприятиях так называемой «безбумажной бухгалтерии», но и существенное ограничение времени, а в дальнейшем и затрат на изучения учета, на управленческие процессы, моделирование конкретных хозяйственных ситуаций и т. п.

Использование электронных документов, документооборота и электронной цифровой подписи в предпринимательской деятельности в наши дни считается очень важным вопросом. Так как это дает возможность существенно увеличить рынки реализации продукции, уменьшить затраты и время на подписание договоров, оперативное взаимодействие различных вопросов.

Следовательно, нужно улучшать систему документирования, документооборота, учета и отчетности в соответствии с научно-техническим прогрессом, развитием мировой экономики и информационных технологий.

Научный руководитель – канд. экон. доцент Фартушняк О. В.

Литература: 1. Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні [Электронный ресурс] : Закон України від 16.07.1999 № 996-XIV. – Режим доступа : http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/996-14. **2.** Про електронні документи та електронний документообіг [Электронный ресурс] : Закон України від 22.05.2003 № 851-IV. – Режим доступа : http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/851-15. **3.** Про електронний цифровий підпис [Электронный ресурс] : Закон України від 22.05.2003 № 852-IV. – Режим доступа : http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/852-15. **4.** Волот О. І. Методологічні основи та організація інформаційної системи бухгалтерського обліку, контролю та аудиту в умовах автоматизованої обробки інформації / О. І. Волот // Облік, аналіз, аудит. – 2011. – № 12. – С. 35–41. **5.** Петрищева А. Применение первичных документов в электронной форме [Электронный ресурс] / А. Петрищева. – Режим доступа : http://www.consult.kharkov.ua/?page=article_show&article_id=1171.

АВТОМАТИЗОВАНИЙ ОБЛІК ТОРГОВИХ НАЦІНОК НА ПІДПРИЄМСТВАХ РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ

УДК 657:339.162:004

Конарєва М. Д.

Студент 3 курсу
факультету обліку і аудиту ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Розглянуто сутність обліку торгової націнки на підприємствах роздрібної торгівлі, процес її нарахування та списання, а також відповідні субрахунки. Описано основні особливості ведення обліку торгових націнок у сучасних поширених облікових програмах.*

Ключові слова: *роздрібна торгівля, торгова націнка, субрахунки, облік, програмне забезпечення обліку, прибуток.*

Аннотация. *Рассмотрена сущность учета торговой наценки на предприятиях розничной торговли, процесс ее начисления и списания, а также соответствующие субсчета. Описаны основные особенности ведения учета торговых наценок в современных распространенных учетных программах.*

Ключевые слова: *: розничная торговля, торговая наценка, субсчета, учет, программное обеспечение учета, прибыль.*

Annotation. *In the article the essence of trading account margin for retailers and appropriate sub process of charging and debiting. It describes the main features of accounting trade margins common in modern accounting programs.*

Keywords: *retail, trading margin, sub-accounts, accounting software accounting profit.*

Тема цієї роботи є актуальною, бо важливим є правильне відображання товарів, що обліковуються за продажними цінами, та списання в бухгалтерському обліку торгової націнки на підприємстві роздрібної торгівлі для правильного визначення фінансового результату і рівня рентабельності діяльності. Мета роботи – розглянути облік торгових націнок у роздрібній торгівлі та особливості обліку націнок у сучасних облікових програмах.

Вищезазначену тему розглядали такі відомі дослідники, як Білуха М. Т., Бутинець Ф. Ф., Кобилянська О. І., Пушкар М. С. та ін.

Роздрібні підприємства ведуть облік товарів у продажних (роздрібних) цінах, тобто в тих цінах, за якими товари будуть реалізовані кінцевим споживачам – покупцям. При цьому в обліку, крім первісної вартості товарів, відображається і сума торгової націнки, яка нараховується в момент оприбуткування товарів.

© Конарєва М. Д., 2015

Торгова націнка являє собою різницю між продажною (роздрібною) та покупною (первісною) вартістю товарів.

З економічної точки зору торгова націнка призначена для покриття витрат роздрібного підприємства та забезпечення прибутку від його діяльності. Торгова націнка покриває суму ПДВ, яку підприємство має нарахувати під час продажу товарів

Згідно з методом ціни продажу собівартість реалізованих товарів визначається як різниця між продажною (роздрібною) вартістю реалізованих товарів і сумою торгової націнки на ці товари [1].

Торгова націнка – це різниця між продажною та купівельною (первинною) вартістю товару, тобто вартістю товару за ціною продажу та його собівартістю. Сума торгової націнки має бути більшою за витрати торговельного підприємства на реалізацію товару, оплату податкового зобов'язання з ПДВ, тобто повністю покривати їх і забезпечити отримання певної суми прибутку.

Субрахунок 285 "Торгова націнка" складається з таких елементів:

- торговельної націнки на первісну вартість товару;
- суми ПДВ у продажній вартості товару [2].

Підприємства роздрібної торгівлі ведуть облік товарів за продажними цінами та вказують на торгові націнки на товари, тобто саму різницю між вартістю, за яку готові купувати товар і за яку готові продавати цей товар. За кредитом субрахунок 258 "Торгова націнка" – це збільшення суми торгових націнок, за дебетом – зменшення (списання) [3]. Списання за розрахунками суми торгової націнки на реалізовані товари відображається за дебетом рахунку 285 "Торгова націнка" і за кредитом субрахунку 282 "Товари в торгівлі", або методом сторно (зворотньою кореспонденцією цих рахунків).

Реалізація товарів на підприємствах із роздрібною торгівлею здійснюється готівковим розрахунком. Розмір реалізованої продукції зазначається сумою виручки, тобто сумою грошей, що надходить до каси. Виручка від реалізації кожного дня здається торговельними підприємствами до банку. Таким чином, через обмінний товарообіг грошові одиниці, що перебувають в обігу, повертаються до каси в банку. Субрахунок 285 "Торгова націнка" є регулюючим субрахунком до рахунку 28 "Товари", тому можна сказати що він коригує та уточнює оцінку товарів [4].

У сучасних програмах, що застосовуються у бухгалтерському обліку на досить високому рівні, а саме: „Акцент", „Парус" та „1С", забезпечено поетапне вбивання інформації про відповідне підприємство та всі його господарські операції у базу програми, порядок отримання звітів про стан, динаміку торговельної націнки, але вони є не зовсім досконалими. Особливістю всіх вищезазначених програм є те, що самі дані про торговельну націнку під час надходження товару та його реалізації враховуються до складу вартості товарів, що не відповідає правилам обліку. Таким чином, розмір торговельної націнки розраховується різницею між покупною вартістю та ціною реалізації (тобто оптовою, де не враховується торговельна націнка, або роздрібною) [2].

Кожна з цих комп'ютерних програм самостійно нараховує таку різницю і відносить її на рахунок під номером 285 „Торгова націнка". Зрозумілим буде і те, що під час проведення цього документу всі ці програми надають можливість вносити відповідні корегування до показників торговельних націнок, а також підбирати ті рахунки, які необхідні згідно з методикою проведення облікових операцій, якщо програма не може це зробити самостійно.

Але в ситуації, що склалася в наш час, було б правильно для кожної програми, яка займається бухгалтерським обліком, удосконалити відповідний комплекс команд, за допомогою яких людина, яка користується цією програмою, могла би більш детально визначати суми (відсотки) торгової націнки на конкретну групу товарів або на кожну одиницю товару окремо. Завдяки цьому бухгалтер матиме можливість не лише проводити досконалий контроль за рівнем торгової націнки, а також і отримувати звіт про стан торговельних націнок для відповідних груп товарів [5].

На нашу думку, правильність нарахування торгової націнки є дуже важливим фактором у визначенні реальної собівартості реалізованих товарів і розрахунку фінансового результату від продажу у підсумкових звітах. Адже підвищення реалізованих торгових націнок, без сумніву, призведе до незаконного збільшення доходів, а їх заниження, відповідно, до їх зменшення, що суперечить одному з принципів бухгалтерського обліку. В наш час у найновітніших та найпоширеніших програмах вже передбачений облік роздрібної торгівлі, що передбачає фіксування торгової націнки. Але вони все ж мають удосконалюватися для точності, зручності та ще більшої спрощеності ведення обліку.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Пасенко Н. С.

Література: 1. Маляревський Ю. Д. Облік у галузях виробництва та послуг : навч. посіб. / Ю. Д. Маляревський, М. С. Горяєва, Н. С. Пасенко. – Харків : ХНЕУ, 2012. – 398 с. **2.** Рассулова Н. В. Фінансовий облік : навч. посіб.

/ Н. В. Рассулова. – Донецьк : ДонНУЕТ, 2008. – 193 с. **3.** Бухгалтерський облік у галузях економіки : навч. посіб. / Є. І. Свідерський. – Київ : КНЕУ, 2013. – 233 с. **4.** Павлюк І. Проблеми бухгалтерського обліку торгової націнки та шляхи її вирішення / І. Павлюк // Науковий огляд. – 2011. – № 2. – С. 15–25. **5.** Сучасні програми бухгалтерського обліку [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://buhgalter911.com

ФОРМУВАННЯ ФІНАНСОВИХ РЕЗУЛЬТАТІВ НА ТОРГОВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

УДК 339.15.054.22:334.723

Кузьменко А. М.

Студент 3 курсу
факультету обліку і аудиту ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Досліджено сутність понять «доходи і витрати», «фінансові результати», «прибуток і збиток», а також дано характеристику рахунків, які використовуються для обліку доходів і витрат. Розглянуто порядок формування фінансового результату діяльності торговельних підприємств.*

Ключові слова: *торговельне підприємство, доходи, витрати, фінансові результати, прибуток, збиток.*

Аннотация. *Исследована сущность понятий «доходы и расходы», «финансовые результаты», «прибыль и убыток», а также дана характеристика счетов, используемых для учета доходов и расходов. Рассмотрен порядок формирования финансового результата деятельности торговых предприятий.*

Ключевые слова: *торговое предприятие, доходы, расходы, финансовые результаты, прибыль, убыток.*

Annotation. *In the article the essence of the concepts of income and expenses, financial results profit and loss, and describes the accounts that used to account for revenues and expenses. We consider the procedure of forming financial results of commercial enterprises.*

Keywords: *trading company, the revenues, the expenses, the income, the profit, the loss.*

В умовах ринкової економіки метою діяльності будь-якого суб'єкта господарювання є отримання таких доходів, які не тільки покриватимуть витрати, але достатньою мірою їх перевищуватимуть. Різниця, на яку доходи перевищуватимуть витрати, пов'язані з діяльністю підприємства, буде прибутком, тобто позитивним фінансовим результатом.

Усі сторони господарської діяльності торговельних підприємств знаходять своє відображення у фінансових результатах діяльності. Увага до фінансових результатів зумовлена їх значущістю в управлінні ефективністю господарської діяльності. Позитивний фінансовий результат є основним внутрішнім джерелом формування фінансових ресурсів підприємства, а також зростання його ринкової вартості. Абсолютна величина та порядок використання фінансового результату впливають на поточну платоспроможність (здатність у строк і в повному обсязі покривати свої зобов'язання) господарського суб'єкта та рентабельність інвестованого капіталу.

Дослідженнями формування фінансових результатів підприємства займалися Ю. Тютюнник, О. Лишиленко, І. Бланк, В. Ковальова, Ф. Бутинець, Г. Савицька, В. Савчук, А. Борисов. Проте питання дослідження фінансових результатів торговельних підприємств потребують подальшого більш детального висвітлення.

Метою дослідження є розкриття сутності фінансових результатів та особливостей їх формування на торговельних підприємствах.

Об'єктом дослідження є процес формування фінансових результатів діяльності торговельного підприємства.

Предмет дослідження – теоретичні, методичні та практичні аспекти формування фінансових результатів торговельного підприємства.

© Кузьменко А. М., 2015

Фінансовий результат є економічною категорією. Різні науковці по-різному розглядають поняття фінансового результату. Борисов А. Б. вважає, що фінансовий результат – це виражений у грошовій формі економічний результат господарської діяльності підприємства, об'єднання, організації в цілому чи його окремих підрозділів [1].

На думку Пипко В. А., фінансовий результат являє собою приріст або зменшення капіталу організації е процесі фінансово-господарської діяльності за звітний період, який виражається у вигляді загального прибутку або збитку [2].

Незважаючи на те, що поняття «фінансовий результат» науковці трактують по-різному, проте вони вкладають однаковий зміст у своє трактування. Отже, на їх думку, фінансовий результат – це економічний підсумок виробничої діяльності суб'єктів господарювання, який виражається у вартісній (грошовій) формі.

Порядок визначення фінансового результату на підприємствах України та відображення його у фінансовій звітності регламентується такими положеннями (стандартами) бухгалтерського обліку, як П(С)БО 15 «Дохід», П(С) БО 16 «Витрати», П(С)БО 17 «Податок на прибуток», а також національним стандартом (положенням) бухгалтерського обліку 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності» [3].

Для визначення фінансового результату підприємствам торгівлі необхідно порівняти доходи звітного періоду з витратами, що були здійснені для отримання цих доходів.

Витрати – це зменшення економічних вигод у вигляді вибуття активів або збільшення зобов'язань, які призводять до зменшення власного капіталу (за винятком зменшення капіталу за рахунок його вилучення або розподілу власниками) за звітний період [4].

До складу витрат торговельного підприємства відносяться витрати, які виникають у процесі руху товарів та пов'язані реалізацією власного виробництва. Вони включають собівартість реалізованих товарів ы витрати, пов'язані з операційною діяльністю, які не включаються до собівартості: адміністративні витрати, витрати на збут, інші операційні витрати [5].

Для узагальнення інформації про собівартість реалізованих товарів передбачений рахунок 90 «Собівартість реалізації» субрахунок 902 «Собівартість реалізованих товарів».

Узагальнення інформації про витрати підприємства забезпечується застосуванням рахунків 92 «Адміністративні витрати», 93 «Витрати на збут», 94 «Інші операційні витрати».

Доходи – це збільшення економічних вигод у вигляді надходження активів або зменшення зобов'язань, які призводять до зростання власного капіталу (крім зростання капіталу за рахунків внесків власників) за звітний період [6].

Існує два основних джерела доходу торговельного підприємства: дохід від продажу товарів, а саме – торгова націнка до закупівельної ціни товару та торгова знижка ціни продажу товару.

Для узагальнення інформації про доходи від реалізації товарів призначений рахунок 70 «Доходи від реалізації», а саме субрахунки 702 «Дохід від реалізації товарів» та 704 «Вирахуваний з доходу».

Оскільки рахунки, що використовуються для обліку доходів та витрат, є тимчасовими, то по закінченні відповідного звітного періоду сальдо цих рахунків списується на фінансовий результат.

Фінансовий результат – це кінцевий результат діяльності підприємства, виражений у формі прибутку або збитку.

Для обліку фінансового результату використовується рахунок 79 «Фінансові результати». За кредитом рахунку 79 «Фінансові результати» відображаються суми в порядку закриття рахунків обліку доходів, за кредитом – суми в порядку закриття рахунків обліку витрат, а також належна сума нарахованого податку на прибуток [7].

Поняття фінансових результатів діяльності трактується в національному положенні (стандарті) бухгалтерського обліку 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності», згідно з яким прибуток – сума, на яку доходи перевищують пов'язані з ними витрати. Збиток – це перевищення суми витрат над сумою доходу, для отримання якого були здійснені ці витрати [5].

Прибуток в основному отримується від результатів реалізації готової продукції (товарів, послуг). Крім того, торговельне підприємство може реалізовувати інші матеріальні цінності і послуги допоміжних виробництв, а також мати доходи і збитки, що збільшують або зменшують розмір прибутку отриманого від інвестиційної та фінансової діяльності.

Визначення кінцевого фінансового результату діяльності будь-якого підприємства полягає у знаходженні його чистого прибутку або збитку.

У бухгалтерському обліку чистий прибуток (збиток) формується поступово протягом фінансово-господарського року від усіх видів звичайної та надзвичайної діяльності.

Процес формування фінансового результату торговельного підприємства зображено на рис. 1.

Отже, правильне та достовірне визначення фінансового результату в системі бухгалтерського обліку забезпечується через використання загальноприйнятих принципів визнання доходів і витрат, а також їх розподілу за

звітними періодами. Для визначення фінансового результату підприємствам торгівлі необхідно порівняти доходи звітного періоду з витратами, що були здійснені для отримання цих доходів.

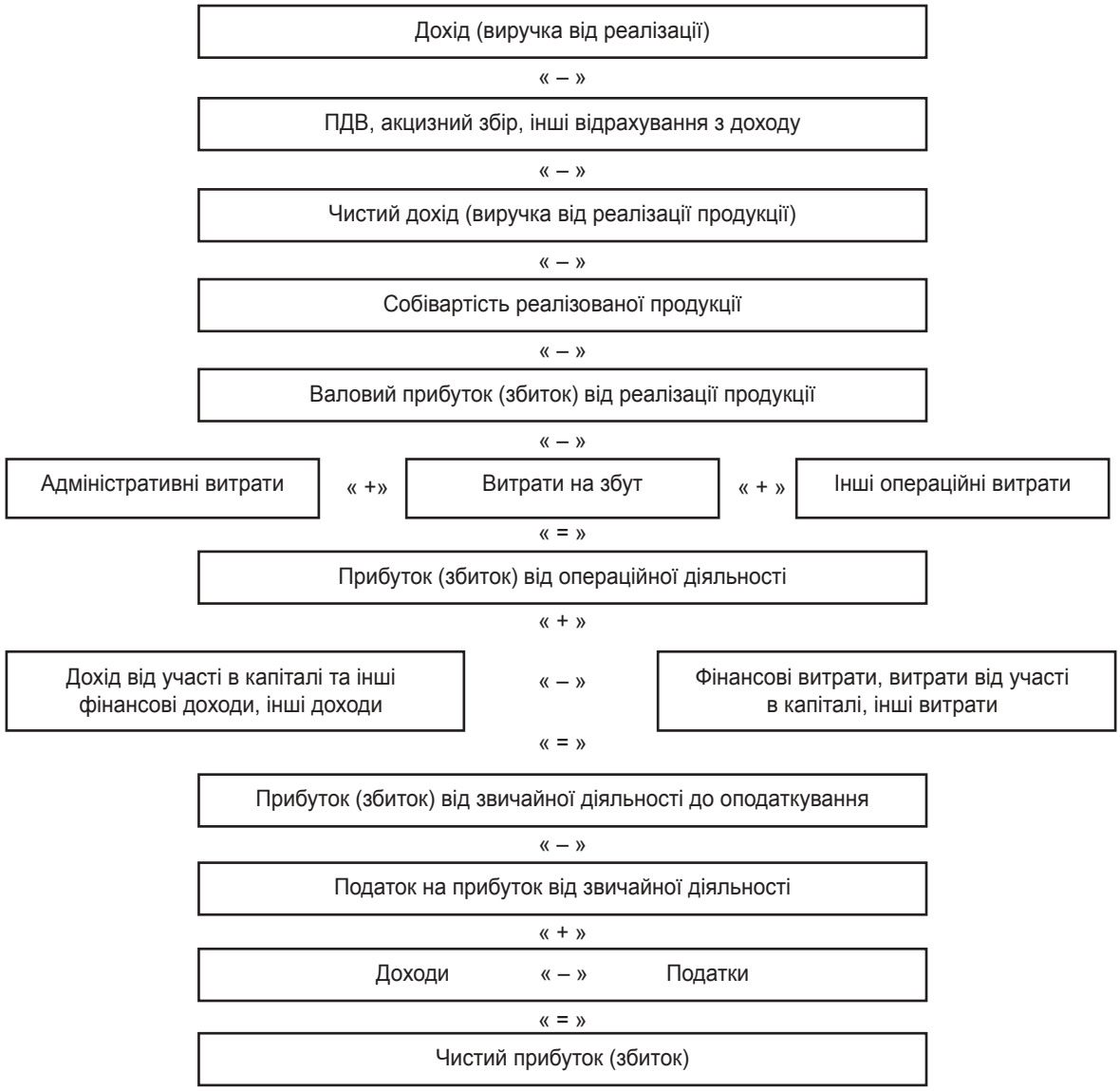


Рис. 1. **Формування фінансового результату підприємства**

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Пасенко Н. С.

Література: 1. Борисов А. Б. Большой экономический словарь / А. Б. Борисов. – М. : Книжный мир, 2003. – 895 с. **2.** Пипко В. А. Настільна книга бухгалтера та аудитора [Текст] / В. А. Пипко, Л. Н. Булавіна. – [5-те вид., допов.]. – М. : Фінанси і статистика, 2011. – 592 с. **3.** Стегней М. І. Особливості інструментарію визначення результатів господарської діяльності підприємств / М. І. Стегней, С. В. Нестерова, Л. Федурця // Науковий вісник Ужгородського національного університету : Економіка. – Спецвип. 33. – Ч. 2. – С. 253–259. **4.** Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 16 «Витрати» [Електронний ресурс] : Наказ Міністерства фінансів України від 31.12.99 № 318. – Режим доступу : http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/z0027-00. **5.** Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності» [Електронний ресурс] : Наказ Міністерства фінансів України від 07.02.13 № 73. – Режим доступу : http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/z0336-13. **6.** Маляревський Ю. Д. Облік у галузях виробництва та послуг : навч. посіб. / Ю. Д. Маляревський, М. С. Горяєва, Н. С. Пасенко – Харків : Вид-во ХНЕУ, 2012. – 400 с. **7.** Основи фінансового аналізу / Я. І. Єленко, О. М. Кандиба, М. Л. Лапішко та ін. – Львів : Лівів. банків. ін-т Нац. банку України, 2009. – 141 с.

АЛГОРИТМ ПРОВЕДЕННЯ ФІНАНСОВОГО АНАЛІЗУ ДІЯЛЬНОСТІ БЮДЖЕТНОЇ ОРГАНІЗАЦІЇ

УДК 334.724.6:658.14

Ларюхіна І. О.

Магістрант 2 року навчання
факультету обліку і аудиту ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Розглянуто законодавчо-нормативну базу, що регламентує діяльність бюджетної установи, визначено особливості проведення фінансового аналізу бюджетної організації. Запропоновано модернізований алгоритм проведення аналізу фінансово-господарської діяльності з метою визначення найбільш перспективних видів діяльності в бюджетній організації на основі отриманих результатів.*

Ключові слова: *бюджет, організація, фінансовий аналіз, фінансовий стан, методи, аналіз відносних показників.*

Аннотация. *Рассмотрена законодательно-нормативная база, регламентирующая деятельность бюджетного учреждения; определены особенности проведения финансового анализа бюджетной организации. Предложен модернизированный алгоритм проведения анализа финансово-хозяйственной деятельности с целью определения наиболее перспективных видов деятельности в бюджетной организации на основе полученных результатов.*

Ключевые слова: *бюджет, организация, финансовый анализ, финансовое состояние, методы, анализ относительных показателей.*

Annotation. *The article describes the legislative regulatory framework governing the activities of the budget agency, identified features of the financial analysis of the budget of the organization. Proposed modernized algorithm analysis of financial and economic activity in order to identify the most promising activities in the public organization on the basis of the results obtained.*

Keywords: *fiscal, organization, financial analysis, financial condition, methods, analysis of relative indicators.*

Постановка проблеми. На сьогодні основними завданнями аналізу фінансового стану бюджетної організації є: визначення ефективності використання фінансових ресурсів та фінансової стабільності організації.

Саме тому для аналізу діяльності бюджетної організації необхідно використовувати спеціальну методику, засновану на класичному аналізі фінансово-господарської діяльності з використанням моментів, що враховують особливості українських бюджетних організацій.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблемам фінансового аналізу з різних точок зору у своїх працях приділяли увагу такі українські фахівці, як: І. Ткаченко [1], Ф. Бутинець, Н. Малюга, Н. Петренко [3], Д. Панков, Е. Головкова [4], К. Ізмайлова [5] та ін. Однак у зв'язку зі зміною економічних та правових факторів питання фінансового аналізу діяльності бюджетної організації потребують подальшого розгляду і на сьогодні.

Мета статті: на підставі оцінки особливостей бюджетних організацій сформувати етапи проведення аналізу фінансово-господарської діяльності бюджетної організації.

Будь-які установи й організації, отримуючи кошти державного бюджету, діючи згідно з кошторисом [1, с. 12], спираючись на Закон України «Про бухгалтерський облік і фінансову звітність в Україні» [2], надають такі форми: № 2 мд «Звіт про виконання кошторису установи»; № 4-1 мд «Звіт про надходження і використання засобів, отриманих як плата за послуги, надаваних бюджетними установами»; № 4-2 мд «Звіт про надходження і використання засобів, отриманих за іншими джерелами власних надходжень бюджетних установ»; № 4-3 мд «Звіт про надходження і використання інших надходжень спеціального фонду»; № 7 мд «Звіт про заборгованість бюджетних установ»; № 8 мд «Звіт про фінансові обов'язки бюджетних установ» [3, с. 53].

Особливості складання звітності необхідно враховувати при застосуванні класичної методики фінансового аналізу до бюджетних організацій.

Предметом фінансового аналізу бюджетної організації є фінансові ресурси організації, їх формування та використання. Основні прийоми аналізу, які можуть бути використані [4, с. 165]:

– горизонтальний аналіз, який полягає у порівнянні показників фінансової звітності попереднього і звітного періодів. При цьому здійснюється постатейне зіставлення звітів, визначаються абсолютні та відносні відхилення конкретних фінансових показників;

© Ларюхіна І. О., 2015

– на відміну від горизонтального аналізу, який відтворює динаміку фінансової звітності за визначений період, вертикальний аналіз є аналізом внутрішньої структури звітності. При здійсненні такого аналізу узагальнювальний показник береться за 100 %, а кожна його складова обчислюється як питома вага;

– трендовий аналіз, на відміну від усіх попередніх, призначений не для аналізу поточного фінансового стану установи, а для прогнозу його основних фінансових показників на основі обчислених за минулі звітні періоди.

Необхідно враховувати під час формування системи показників особливості звітності бюджетної організації. Особливу увагу необхідно звернути на формування доходів бюджетної організації за двома фондами – загальним і спеціальним. Значення аналізу надходжень і використання коштів за загальним і спеціальним фондами визначається тим, що за його допомогою здійснюється контроль за правильністю їхнього утворення, а також вишукуються резерви зі зміцнення матеріально-технічної бази установи та додаткових фінансових ресурсів.

Завдання аналізу: оцінка виконання кошторисних призначень; оцінка виконання плану за основними показниками надходжень за спеціальним і загальним фондами; розробка заходів щодо усунення виявлених у результаті аналізу недоліків і заходів щодо вишукування джерел утворення й ефективного використання коштів за спеціальним і загальним фондами; контроль правильності утворення дохідної і видаткової частини кошторису.

Вивчення виконання кошторису за спецфондом починається з аналізу джерел їхнього утворення. У процесі аналізу встановлюється склад коштів і виконання плану по надходженнях поточного року в цілому і по кожному їхньому виду.

Аналіз фінансових коефіцієнтів та співвідношень надає нам змогу краще зрозуміти взаємозв'язок між звітністю. Крім того, деякі коефіцієнти можуть показати нам, чи ефективно бюджетна організація поєднує різні активи та пасиви і як це впливає на її дохід [5, с. 97]. Незважаючи на велику кількість фінансових співвідношень та коефіцієнтів, для бюджетної організації їх можна поділити на такі групи: показники майнового стану; показники ділової активності; показники фінансової стійкості; показники ліквідності та платоспроможності.

Комплексом методичних інструментів та принципів дослідження фінансового стану бюджетної організації називають методи фінансового аналізу бюджетної організації.

Використання видів, прийомів та методів аналізу для конкретних цілей визначення фінансового стану бюджетної організації е сукупності становить методологію та методику аналізу.

Фінансовий аналіз здійснюється за допомогою різних моделей, таких як дескриптивні моделі, предикативні моделі, нормативні моделі, різних типів факторного аналізу.

Таким чином, для проведення аналізу фінансово-господарської діяльності бюджетної організації можливо застосовувати такий модернізований алгоритм.

На *першому* етапі відбувається вибір об'єкта, мети дослідження, постановка задачі і вибір методів проведення аналізу.

Об'єктом дослідження виступає бюджетна організація. Мета – аналіз фінансового стану, оцінка економічних показників діяльності, динаміка їхньої зміни. Постановка завдання – підвищення ефективності діяльності бюджетної організації.

На *другому* етапі відбувається вибір основних показників роботи бюджетної організації.

На *третьому* – збір інформації й оцінка її.

Четвертий етап – безпосередній аналіз фінансово-господарської діяльності.

Аналіз діяльності бюджетної організації починається з оцінки загального фінансового стану. У першу чергу проводиться аналіз доходів за спеціальним і загальним фондами, аналізується динаміка фінансування діяльності, витрати. Аналізується склад і структура балансу, ліквідність балансу, фінансова стабільність, ліквідність і платоспроможність, ділова активність.

На *п'ятому* етапі виявляються «слабкі» місця і пошук резервів із підвищення ефективності роботи бюджетної організації.

На *шостому* етапі визначаються найбільш перспективні види діяльності бюджетної організації на основі отриманих результатів.

На останньому *сьомому* етапі розробляються заходи, які сприятимуть ефективності роботи бюджетної організації і контролю за їх виконанням

Висновки. Кожен етап, який запропонований алгоритмом у дослідженні фінансового стану бюджетної організації присутній як самостійний блок. Він вимагає деталізації. Результати, які отримані на окремих етапах, можуть бути економічно значущі як самі по собі, так і для використання їх як вихідних даних для подальшого аналізу.

Допускається, що під час подальшої роботи над алгоритмом і методикою фінансового аналізу діяльності бюджетної організації у разі виявлення необхідності в додатковій оцінці і дослідженні інформації про будь-які види діяльності організації або про майновий стан, запропонований алгоритм може бути розширений за рахунок нових напрямків аналізу.

Як видно, аналіз фінансового стану бюджетної організації можна проводити, використовуючи традиційний аналіз, враховуючи особливості бюджетних організацій.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Кудіна О. М.

Література: 1. Ткаченко І. Т. Звітність бюджетних установ : навч. посіб. / І. Т. Ткаченко. – Київ : КНЕУ, 2005. – 548 с. **2.** Про бухгалтерський облік і фінансову звітність в Україні [Електронний ресурс] : Закон України від 16.07.1999 № 996-XIV. Режим доступу : http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/996-14. **3.** Бутинець Ф. Ф. Аудит: стан і тенденції розвитку в Україні та світі : монографія / Ф. Ф. Бутинець, Н. М. Малюга, Н. І. Петренко. – Житомир : ЖДТУ, 2003. – 564 с. **4.** Анализ хозяйственной деятельности бюджетных организаций : учеб. пособие / [Д. А. Панков, Е. А. Головкова, Л. В. Пашковская и др.] ; под. общ. ред. Д. А. Панкова, Е. А. Головковой. – М. : Новое знание, 2003. – 409 с. **5.** Ізмайлова К. В. Фінансовий аналіз : навч. посіб. / К. В. Ізмайлова. – Київ : МАУП, 2000. – 152 с.

МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ ЩОДО АНАЛІЗУ ФІНАНСОВИХ РЕЗУЛЬТАТІВ ПІДПРИЄМСТВ

УДК 657.62

Лобас Ю. С.

Студент 4 курсу
факультету обліку і аудиту ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Розглянуто та проаналізовано методики аналізу фінансових результатів підприємства. Відображено етапи, методи та показники, які були використані у методиці. Розкрито переваги та недоліки кожної з методик.*

Ключові слова: *метод, методика, фінансовий результат, рентабельність, резерв.*

Аннотация. *Рассмотрены и проанализированы методики анализа финансовых результатов предприятия. Отражены этапы, методы и показатели, которые были использованы в методике. Раскрыты преимущества и недостатки каждой из методик.*

Ключевые слова: *метод, методика, финансовый результат, рентабельность, резерв.*

Annotation. *Considered and analyzed methods of analysis of financial results. Displaying steps, methods and indicators that were used in the procedure. Reveals the advantages and disadvantages of each technique.*

Keywords: *method, methodology, financial result, profitability, reserve.*

Аналізуючи сучасний стан економіки України та беручи до уваги результати Державного комітету статистики України [5], можна сказати, що відбувається збільшення кількості підприємств, які отримали збитки. Тобто, зважаючи на результати роботи підприємств, з кожним роком їх частка у загальній кількості підприємств значно збільшується, що порушує кількісні та якісні показники економічного стану нашої країни в цілому. Отже, для виявлення причин і факторів, які зумовили негативні зміни в діяльності будь-якого підприємства, потрібно приділяти значну увагу своєчасному аналізу фінансових результатів та вибору методики його проведення.

Значний внесок у вивчення методик аналізу фінансових результатів підприємств, а також їх дослідження був зроблений науковими працями таких учених, як Ю. В. Касьянова [11], А. С. Лазарєва [1], З. М. Мочаліна [3], З. Ф. Петряєва [6], О. В. Поспєлов [3], Г. В. Савицька [7], М. Г. Тарасенко [8], Ю. М. Тютюнник [9], В. П. Чмутова [10], П. М. Яріш [11]. Проте окремі аспекти потребують подальшого вивчення, а саме вибір серед великої кількості методик аналізу фінансових результатів більш відповідної для виниклої ситуації на цьому підприємстві.

© Лобас Ю. С., 2015

Мета дослідження полягає у вивченні наявних методик аналізу фінансових результатів і їх переваг і недоліків.

Методика аналізу фінансових результатів – це алгоритм, послідовність виконання методів. Інструменти аналізу дозволяють встановити й оцінити загальний фінансовий стан підприємства шляхом визначення системи послідовності проведення розрахунків фінансових результатів [2].

При аналізі фінансових результатів дослідження проводять у двох аспектах. У першому аспекті фінансовий результат оцінюють як ступінь досягнення кінцевої мети та визначення ефективності виробничо-фінансової діяльності. Тут пріоритетною є оцінка ступеня використання сприятливих можливостей та упущеної вигоди. Другий аспект передбачає визначення пріоритетів вкладення капіталу за видами діяльності, за масштабами у стратегічному та тактичному вимірах, які дають максимальний приріст фінансового результату.

Для дослідження методик аналізу фінансових результатів побудуємо спеціальні таблиці (див. табл. 1, 2, 3), за допомогою яких зможемо провести порівняльний аналіз наведених методик, виявити їх переваги та недоліки.

Методику аналізу фінансових результатів підприємства, запропоновану Савицькою Г. В. [7], відобразимо у вигляді табл. 1.

Таблиця 1

Методика аналізу фінансових результатів підприємства Савицької Г. В.

Етапи методики	Методи	Показники, які були використані у методиці
1. Аналіз складу та динаміки прибутку підприємства	1. Методи зрівняння, графічного та табличного представлення даних, групування	1. Прибуток від реалізації продукції та послуг, прибуток від інвестиційної діяльності, чистий прибуток
2. Аналіз фінансових результатів від реалізації продукції, робіт і послуг	2. Методи порівняння, графічного та табличного представлення даних, відносних та абсолютних величин, ланцюгових підстановок	2. Прибуток від реалізації продукції, обсяг реалізації продукції, структура товарної продукції, собівартість продукції, чистий дохід від реалізації продукції
3. Асортиментна політика підприємства та її вплив на формування	3. Методи зрівняння, відносних та середніх величин, графічного та табличного представлення даних	3.Прибуток, рентабельність, ціна виробу, собівартість виробу, загальний обсяг реалізованої продукції, якість продукції
4. Аналіз рівня середньореалізаційних цін	4. Методи зрівняння, графічного та табличного представлення даних, евристичні методи, абсолютних та відносних різниць, ланцюгових підстановок	4. Якість товарної продукції, ціна, собівартість виробу, обсяг реалізованої продукції
5. Аналіз інших фінансових доходів і видатків	5. Методи порівняння, графічного та табличного представлення даних, відносних та абсолютних величин, ланцюгових підстановок	5. Прибуток від акцій, середня вартість однієї акції, рівень дивідендної доходності, прибуток від реалізації основних засобів, витрати від виплати штрафів
6. Аналіз показників рентабельності	6. Методи порівняння, графічного та табличного представлення даних, відносних та абсолютних величин, ланцюгових підстановок	6. Рентабельність продукції, операційної діяльності, продажу, операційного капіталу, сукупних активів, рівень рентабельності продукції
7. Методика підрахунку резервів збільшення суми прибутку та рентабельності	7. Методи зрівняння, графічного та табличного представлення даних, абсолютних та відносних різниць, ланцюгових підстановок	7. Якість товарної продукції, ціна 1 вироба, випуск продукції, структура продукції, обсяг продажу

Аналіз фінансових результатів за методикою Савицької Г. В. [7] базується на оцінці ефективності використання капіталу, яка передбачає: аналіз абсолютних і відносних показників прибутковості, проведення факторного аналізу, вивчення показників оборотності і ділової активності.

Після розкриття методики аналізу фінансових результатів підприємства методом Савицької Г. В. розглянемо в табл. 2 методику аналізу фінансових результатів підприємства за методом Петряєвої З. Ф. та Хмеленко Г. Г. [6].

Відповідно, слід зазначити, що Тарасенко Н. В. [8] основними етапами оцінки фінансового стану підприємства виділяє аналіз: структури та динаміки активу й пасиву балансу, ліквідності й платоспроможності, руху грошових коштів, фінансової стійкості, ділової активності, ймовірності банкрутства підприємства. Але проведення аналізу фінансового стану підприємства за різними авторами не дає змогу об'єктивно визначити ступінь стійкості фінансового стану підприємства, рівень його платоспроможності та ліквідності.

У наведених таблицях чітко відображені етапи проведення аналізу різних методик, показники та методи, що використали автори для аналізу фінансових результатів. Вони достатньо схожі, але, незважаючи на це, у кожної методики є свої певні переваги та недоліки.

У зростанні прибутку зацікавлені як підприємство, так і держава. На підприємствах приріст прибутку досягається не лише завдяки збільшенню трудового внеску колективу підприємства, а й за рахунок багатьох інших

факторів. Саме тому на кожному підприємстві необхідно систематично аналізувати формування, розподіл та використання прибутку. Цей аналіз має надзвичайно важливе значення і для зовнішніх суб'єктів.

Таблиця 2

Методика аналізу фінансових результатів підприємства Петряєвої З. Ф., Хмеленко Г. Г.

Етапи методики	Методи	Показники, які були використані у методиці
1. Загальна оцінка показників валового прибутку	1. Методи порівняння, графічного та табличного оформлення	1. Всі показники, які включені в звіт про фінансові результати
2. Аналіз валового прибутку	2. Методи графічного та табличного представлення даних, метод ланцюгових підстановок	2. Чистий дохід, собівартість реалізованої продукції, валовий прибуток, коефіцієнт росту чистого доходу
3. Факторний аналіз чистого прибутку	3. Методи порівняння, графічного та табличного представлення даних, відносних та абсолютних величин, ланцюгових підстановок	3. Чистий прибуток, показник структури реалізованої продукції, обсяг реалізованої продукції, ціна реалізованої продукції, обсяг виробництва, перемінні витрати на виробництво одиниці продукції, змінні витрати, постійні витрати
4. Аналіз розподілу чистого прибутку підприємства	4. Методи прогнозування	4. Чистий прибуток
5. Аналіз показників рентабельності	5. Метод коефіцієнтного аналізу	5. Показники, розраховані на основі прибутку, виробничих активів, потоків активів

Після розкриття методики аналізу фінансових результатів підприємства методом Петряєвої З. Ф. та Хмеленко Г. Г. розглянемо в табл. 3 методику аналізу фінансових результатів підприємства за методом Тарасенко Н. В. [8].

Таблиця 3

Методика аналізу фінансових результатів підприємства Тарасенко Н. В.

Етапи методики	Методи	Показники, які були використані у методиці
1. Аналіз валового прибутку від реалізації продукції	1. Методи графічного та табличного представлення даних, порівняння	1. Валовий прибуток, затрати на виробництво продукції, затрати на виробництво, прибуток від реалізації продукції
2. Аналіз резервів збільшення валового прибутку від реалізації продукції	2. Метод графічного та табличного представлення даних	2. Плановий прибуток на 1 грн продукції, кількість додатково реалізованої продукції, фактичний обсяг та прибуток реалізованої продукції, величина резерву зниження собівартості
3. Аналіз інших доходів і витрат	3. Прогнозування	3. Прибутки (збитки) від реалізації основних засобів, нематеріальних активів, виробничих запасів, фінансових активів та іншого майна
4. Аналіз показників рентабельності	4. Методи порівняння, графічного та табличного представлення даних	4. Рентабельність підприємства, чистий прибуток, виручка від реалізації продукції, середньорічна вартість ОПФ

Тому сьогодні постає важливе питання про розроблення такої методики оцінки, яка б давала чітке уявлення про наявний фінансовий стан підприємства, вимагала мінімуму загальнодоступної інформації, усебічно висвітлювала б діяльність підприємства і могла б бути підставою для вироблення рекомендацій щодо подальшого підвищення його фінансової стійкості.

Отже, розглянемо більш детальніше переваги та недоліки кожної з методик за допомогою табл. 4.

Під час проведеного аналізу переваг і недоліків методик аналізу фінансових результатів автором виявлено, що найбільш практичною є методика Савицької Г. Ф. «Аналіз фінансових результатів діяльності підприємства». Цю методику можна використовувати не тільки як навчальний матеріал, але й для рішення практичних задач професійними бухгалтерами й економістами.

Найбільш схематично викладена інформація у Петряєвої З. Ф. та Хмеленко Г. Г. Вони використовували у своїй методиці багато схем і розглянули вплив основних факторів на формування фінансових результатів за допомогою багатьох прикладів.

Таблиця 4

Переваги та недоліки методик аналізу фінансових результатів підприємства

Методика	Переваги	Недоліки
Савицька Г. Ф.	Достатньо детально і всебічно розглянуті фінансові результати. Вплив кожного фактора на формування прибутку розглянутий на конкретних прикладах, після яких є аналітичні висновки	Не достатньо структуризоване та схематичне представлення інформації
Петряєва З. Ф.	Різновиди основних показників і зв'язки між ними схематично наведені таким чином, щоб подальший розгляд цієї теми мав структуризований вигляд, і всі подальші розрахунки були послідовні	Виключення рентабельності (вона розглядається окремо) як основного показника прибутковості, і який є невід'ємною частиною аналізу фінансових результатів
Тарасенко Н. В.	Представлення схематично-логічної схеми формування прибутку, аналітичне дослідження впливу факторів на відхилення за прибутком, наведені висновки та пропозиції щодо фінансових результатів, оцінка показників рентабельності	Не в повному обсязі розглянуті фактори, які мають вплив на показники прибутку та рентабельності

Методика Тарасенко Н. В. «Аналіз фінансових результатів та рентабельності» містить як схематичний аналіз, так і аналіз окремих прикладів. Результатом такого аналізу є висновки та пропозиції щодо удосконалення аналізу фінансових результатів.

Таким чином, аналіз фінансових результатів діяльності підприємств є важливим засобом підвищення конкурентоспроможності підприємства, цей факт набуває все більшого значення в умовах ринкової економіки. Здійснення якісного аналізу фінансових результатів дає відповіді на питання, що пов'язані з вирішенням проблем підвищення ефективності діяльності та забезпечення конкурентоспроможності підприємства на ринку.

Науковий керівник – канд. екон. наук, професор Петряєва З.Ф.

Література: 1. Лазарєва А. С. Особливості аналізу фінансових результатів на підприємстві / А. С. Лазарєва // Управління розвитком. – 2013. – № 4 (144). – С. 175–178. **2.** Ле Х. Ф. Методичні підходи до аналізу фінансових результатів підприємства / Х. Ф. Ле // Управління розвитком – 2013. – № 7. – 124 с. **3.** Мочаліна З. М. Методичний інструментарій та сучасні проблеми аналізу фінансових результатів / З. М. Мочаліна, О. В. Поспєлов // Комунальне господарство міст : наук.-техн. зб. – 2011. – № 98. – С. 221–227. **4.** Ніженська Ю. А. Особливості аналізу сільськогосподарських підприємств / Ю. А. Ніженська // Управління розвитком. – 2014. – № 6. – С. 36–39. **5.** Офіційний сайт Державної служби статистики України [Електронний ресурс] – Режим доступу : http://www.ukrstat.gov.ua. **6.** Петряєва З. Ф. Організація і методика економічного аналізу : навч.-метод. посіб. для самост. вивч. Дисципліни / З. Ф. Петряєва, Г. Г. Хмеленко. – Харків : ХНЕУ, 2009. – 236 с. **7.** Савицька Г. В. Економічний аналіз діяльності підприємства : навч. посіб. / Г. В. Савицька. – Київ : Знання, 2005. – 2-ге вид., випр. і допов. – 547 с. **8.** Тарасенко Н. В. Економічний аналіз : навч. посіб. для студ. вищ. закл. освіти / Н. В. Тарасенко. – Львів : Новий Світ-2000, 2008. – 344 с. **9.** Тютюнник Ю. М. Фінансовий аналіз : навч. посіб. Ч. I / Ю. М. Тютюнник. – Полтава : ПДАА, 2009. – 406 с. **10.** Чмутова В. П. Методические подходы к статистической оценке финансовых результатов деятельности предприятия / В. П. Чмутова // Вісник. – 2001. – № 1 (17). – С. 66–69. **11.** Яріш П. М. Методи проведення аналізу фінансових результатів діяльності організацій / П. М. Яріш, Ю. В. Касьянова // Управління розвитком. – 2013. – № 4(144). – С. 159–162.

ОБЛІК ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ У БЮДЖЕТНИХ УСТАНОВАХ

УДК 657.215.645.518

Лозенко А. Є.

Студент 4 курсу
факультету обліку і аудиту ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Розглянуто актуальні проблеми й особливості бухгалтерського обліку, склад, класифікацію та оцінку основних засобів у бюджетних установах, а також облік ліквідації, безкоштовної передачі основних засобів і облік реалізації основних засобів у бюджетних установах.*

Ключові слова: *основні засоби, ліквідація основних засобів, безоплатне отримання матеріальних цінностей, реалізація основних засобів.*

Аннотация. *Рассмотрены актуальные проблемы и особенности бухгалтерского учета, состав, классификация и оценка основных средств в бюджетных учреждениях, а также учет ликвидации, бесплатной передачи основных средств и учет реализации основных средств в бюджетных учреждениях.*

Ключевые слова: *основные средства, ликвидация основных средств, безвозмездное получение материальных ценностей, реализация основных средств.*

Annotation. *In the article the actual problems and peculiarities of accounting, composition, classification and measurement of fixed assets in budgetary institutions and accounting liquidation, free transfer of assets and records of disposal of fixed assets.*

Keywords: *fixed assets, liquidation of fixed assets, free receipt of property, plant and equipment implementation.*

У сучасних умовах в Україні бюджетні та наукові установи виступають як частина єдиного народногосподарського комплексу, причому відносно відокремлена його частина. Це обумовлено наявністю товарно-грошових відносин та передбачає здійснення специфічних функцій цих установ.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблемам організації бухгалтерського обліку основних засобів присвячені праці багатьох вітчизняних науковців: Ф. Бутинця, М. Білухи, В. Завгороднього, М. Пушкаря, В. Сопка та ін.

На сучасному етапі розвиток суспільного виробництва не забезпечує безперервне зростання національного прибутку країни, й на цій основі відбувається щорічне зменшення обсягу доходів та видатків Державного бюджету, який не може бути забезпечений без правильної організації бюджетного обліку.

За допомогою бюджетного обліку здійснюється безпосередній контроль над процесом виконання бюджету, ефективним й економним використанням бюджетних коштів. Серед напрямків бюджетного обліку чималу роль відіграє облік основних засобів. Бюджетні установи для здійснення своєї діяльності забезпечені основними засобами, котрі є частиною національного багатства країни. Тому правильна організація обліку використання основних засобів бюджетними організаціями має важливе народногосподарське значення у справі подальшого економічного підйому країни та збереження великої кількості коштів, що спрямовуються на капітальне будівництво.

Бухгалтерський облік основних засобів у бюджетних установах має забезпечувати їхнє збереження та найбільш ефективне використання, правильне документальне оформлення та своєчасне відображення їхнього руху в поточному обліку, а також правильну оцінку в балансі та звітах.

Основними засобами вважаються матеріальні цінності, котрі використовуються в діяльності установ протягом періоду, що перевищує один рік, і вартість, яка поступово зменшується у зв'язку з фізичним та моральним зносом.

У бюджетних установах не створюються матеріальні блага, й основні засоби безпосередньо не беруть участі у виробництві готової продукції, а обслуговують процеси із задоволення соціально-культурних потреб населення та здійснення функцій державного управління, тобто є невиробничими основними засобами [1].

До основних засобів належать будинки, споруди, передавальні пристрої, робочі, силові машини та обладнання, вимірювальні й регулюючі прилади та пристрої, обчислювальна техніка, транспортні засоби, інструмент, виробничий і господарчий інвентар та приладдя, столовий та кухонний інвентар, робоча та продуктивна худорба, багаторічні насадження й капітальні вкладення, бібліотечні фонди, музейні цінності (крім музейних експонатів), експонати тваринного світу, документація із типового проектування та інші основні засоби.

© Лозенко А. Є., 2015

Основні засоби відображаються в бухгалтерському обліку та звітності за первісною вартістю, тобто за фактичними витратами на їхнє придбання, спорудження та виготовлення, а об'єкти (предмети), первісна вартість яких змінювалась, – за відновлювальною вартістю.

Зміна первісної вартості основних засобів проводиться у випадках індексації їхньої балансової вартості відповідно до розпоряджень Кабінету міністрів України, добудівлі, дообладнання, реконструкції та часткової ліквідації відповідних об'єктів.

На основні засоби бюджетних установ амортизаційні нарахування не проводяться, а нараховується знос. Суми податку на додану вартість, котрі сплачуються при отриманні (купівлі) основних засобів, не враховуються до вартості основних засобів й відносяться на статтю видатків на придбання цих засобів [2].

Основні засоби, котрі стали непридатними, підлягають списанню відповідно до Типової інструкції про порядок списання основних засобів бюджетних установ, затвердженої наказом Головного управління Державного казначейства України та Міністерства економіки України від 02.12.97 № 126/137. Ця інструкція розроблена із метою встановлення єдиних вимог до порядку списання основних засобів установами та організаціями, котрі утримуються за рахунок державного чи місцевих бюджетів.

Ліквідація основних засобів – це невідповідність об'єкта основних засобів встановленим критеріям визнаним активом, наприклад – через фізичне та моральне старіння, непридатність до подальшої експлуатації.

З балансів установ можуть бути списані приміщення, споруди, устаткування, прилади, обладнання, транспортні засоби, інвентар та інші основні засоби, котрі стали непридатними для подальшого використання: морально застарілі, зношені, пошкоджені внаслідок аварії чи стихійного лиха (за умови, що відновлення їхні є неможливим чи економічно недоцільним і воно не може бути реалізоване). Крім того, підлягають списанню приміщення, споруди, що підлягають знесенню у зв'язку із будівництвом нових об'єктів, та такі, що зруйновані часом [3].

Для визначення непридатності основних засобів і встановлення неможливості чи неефективності проведення їх відновлювального ремонту, а також оформлення необхідної документації на списання цих засобів наказом керівника установи щорічно створюється постійно діюча комісія у складі:

- керівника чи його заступника (голова комісії);
- головного бухгалтера чи його заступника;
- керівників груп обліку чи інших працівників бухгалтерії, котрі обліковують матеріальні цінності;
- осіб, на яких покладено відповідальність за збереження основних засобів;
- інших посадових осіб (на розсуд керівника установи).

За результатами обстеження комісією складаються акти на списання основних засобів за встановленими формами. В актах на списання вказуються дані, котрі характеризують об'єкт: рік виготовлення чи будівництва, дата його отримання установою, первісна вартість (для проіндексованих – відновлювальна), сума нарахованого зносу за даними бухгалтерського обліку, кількість проведених капітальних ремонтів тощо. В акті детально вказуються події вибуття об'єкта, стан основних частин, деталей і вузлів, конструктивних елементів та обґрунтовується недоцільність й неможливість їхнього відновлення.

Безоплатне отримання матеріальних цінностей бюджетною установою може відбуватися у формі надання гуманітарної допомоги або благодійних внесків. Бухгалтерією та матеріально відповідальними особами відображається надходження, переміщення та вибуття гуманітарної допомоги в облікових реєстрах звичайним порядком, але окремо від матеріальних цінностей, придбаних установою за рахунок коштів загального фонду кошторису та інших коштів спеціального фонду.

Реалізація основних засобів шляхом безоплатної передачі дозволяється лише бюджетним установам:

- у межах одного міністерства, іншого центрального органу виконавчої влади – установам, що утримуються за рахунок державного бюджету;
- у межах одного бюджету – установам, що утримуються за рахунок місцевих бюджетів.

Передачу майна слід здійснювати таким чином:

- цілісних майнових комплексів установ, об'єктів незавершеного будівництва, окремих інвентарних об'єктів із загальнодержавної власності у власність адміністративно-територіальних одиниць та навпаки – відповідно до чинного законодавства;
- об'єктів незавершеного будівництва, окремих інвентарних об'єктів, що належать установам (будівель, споруд, машин, устаткування, інших облікових одиниць основних засобів) із сфери управління одних центральних органів виконавчої влади до сфери управління інших центральних органів виконавчої влади – на підставі рішень цих органів і за погодженням Міністерства економіки України та Міністерства фінансів України;
- основних засобів із власності одних адміністративно-територіальних одиниць у власність інших адміністративно-територіальних одиниць – на підставі рішень органів, уповноважених розпоряджатися майном відповідних адміністративно-територіальних одиниць;

– державного майна самоврядних організацій (Національної академії наук, інших аналогічних організацій) до сфери управління центральних органів державної виконавчої влади – на підставі рішень самоврядної організації та Кабінету Міністрів України, якщо інше не передбачено законодавчими актами та актами Президента України, якими встановлено спеціальний режим використання цього майна;

– основних засобів одних установ іншим установам, що належать до сфери управління одних і тих самих центральних органів виконавчої влади – на підставі рішень цих органів.

У випадках передачі основних засобів, що були в експлуатації, в документах вказується їх первісна вартість та сума нарахованого зносу.

Продаж основних засобів (у тому числі повністю зношених) здійснюється лише через аукціони чи біржі [4].

Продаж основних засобів, вартість яких перевищує розмір 100 неоподатковуваних мінімумів доходів громадян, проводиться за умови обов'язкової згоди з органами, уповноваженими розпоряджатися цим майном.

Суми, отримані установами від продажу чи демонтажу основних засобів (крім будівель і споруд), залишаються у розпорядженні установи із правом їхнього подальшого використання на: ремонт, модернізацію чи придбання нових засобів того ж призначення. При цьому кошти, отримані від реалізації та розбирання основних засобів, придбаних за рахунок позабюджетних коштів, використовуються після сплати податків, встановлених законодавством. Суми, отримані установами від продажу чи демонтажу будівель і споруд, вносяться у дохід того бюджету, за рахунок якого ці установи утримуються.

Таким чином, можна сказати, що бухгалтерський облік основних засобів у бюджетних установах має певні відмінності, регулюється відповідними нормативними документами.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Леонова Ю. О.

Література: 1. Білуха М. Т. Курс аудиту / М. Т. Білуха. – Київ : Вищ. шк. ; Знання, 1998. – 574 с. **2.** Інструкція з обліку основних засобів та інших необоротних активів бюджетних установ // Податки та бухгалтерський облік. – 2000. – № 43 (298). – С. 11–22. **3.** Воробиенко А. Учет основных средств в бюджетных учреждениях по новому плану счетов / А. Воробиенко // Все о бухгалтерском учете. – 2000. – № 47 (472). – С. 31–36. **4.** Інструкція з обліку основних засобів та інших необоротних активів бюджетних установ [Електронний ресурс] : Наказ Міністерства фінансів України від 17.07.2000 № 64. – Режим доступу : http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/z0300-05.

ОСОБЛИВОСТІ АНАЛІЗУ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ ПІДПРИЄМСТВА

УДК 657.62:658.152

Леоненко А. О.

Студент 4 курсу
факультету обліку і аудиту ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Розкрито особливості аналізу ефективності й інтенсивності використання основних засобів підприємства. Розглянуто основні показники, досліджено методичні підходи щодо аналізу використання основних засобів, обґрунтовано вибір кожної методики, запропоновано шляхи його удосконалення.*

Ключові слова: *основні засоби, фондорентабельність, фондовіддача, фондомісткість, фондоозброєність, екстенсивність та інтенсивність використання.*

Аннотация. *Раскрыты особенности анализа эффективности и интенсивности использования основных средств предприятия. Рассмотрены основные показатели, исследованы методические подходы к анализу использования основных средств, обоснован выбор каждой методики, предложены пути его совершенствования.*

© Леоненко А. О., 2015

Ключевые слова: *основные средства, фондорентабельность, фондоотдача, фондоемкость, фондовооруженность, экстенсивность и интенсивность использования.*

Annotation. *The article deals with the peculiarities of analyzing the effectiveness and usage of fixed assets of the company, were considered basic indicators, is justified the choice of each technique, is investigated methodological approaches to the analysis of fixed assets, is proposed ways of its improvement.*

Keywords: *fixed assets, fondamentalisti, capital productivity, capital intensity, the intensity, extensiveness and intensity of use.*

В умовах нестабільного стану економіки України та дефіциту інвестиційних ресурсів першочерговим завданням для вітчизняних підприємств є підвищення ефективності використання основних засобів як важливого матеріального елементу виробництва. Від ефективності й інтенсивності використання основних засобів залежать основні показники їх діяльності. Саме тому дослідження проблемних питань аналізу використання основних засобів підприємства, а також напрямів їх удосконалення є особливо актуальним.

Проблему оцінки ефективності використання основних засобів підприємства розглядали у своїх роботах багато вітчизняних учених та фахівців: Савицька Г. В., Мних Є. В., Тиха О. А., Бондаренко О. А., Гіляровська Л. Т., Гринчуцький В. І., Андрєєва О. А., Покропивний С. Ф. та ін.

Мета дослідження – вивчення особливостей аналізу використання основних засобів підприємства, пошук шляхів його удосконалення.

Об'єкт дослідження – методичні підходи щодо аналізу використання основних засобів.

Предметом дослідження є показники ефективності використання основних засобів.

На сьогодні існує досить велика кількість методик аналізу ефективності використання основних засобів. Проте таке велике різноманіття ускладнює вибір оптимальної методики для проведення аналізу на конкретному підприємстві. Тож розглянемо кілька існуючих методик та обґрунтуємо доцільність вибору кожної з них, запропонуємо шляхи удосконалення аналізу основних засобів.

Гринчуцький В. І. об'єднує показники використання основних фондів у чотири групи: 1) показники екстенсивного використання основних фондів, які відображають рівень їх використання за часом; 2) показники інтенсивного використання основних фондів, які відображають рівень їх використання за потужністю (продуктивністю); 3) показники інтегрального використання основних фондів, які враховують сукупний вплив усіх факторів – як екстенсивних, так і інтенсивних; 4) узагальнюючі показники використання основних фондів, що характеризують різні аспекти використання (стан) основних фондів у цілому на підприємстві [1, с. 160].

Згрупуємо показники використання основних фондів у табл. 1.

Таблиця 1

Показники використання основних фондів

Група	Коефіцієнти	Пояснення	Формула
1	2	3	4
I	Коефіцієнт екстенсивного використання устаткування ($K_{екст}$)	Відношення фактичної кількості годин роботи устаткування (tф) до кількості годин роботи за нормою ($t_н$)	$K_{екст} = \frac{t_ф}{t_н}$
	Коефіцієнт змінності роботи устаткування ($K_{зм}$)	Відношення загального числа відпрацьованих устаткуванням станко-змін ($Д_{ст.зм}$) до верстатів, які працювали в найбільш тривалу зміну (n)	$K_{зм} = \frac{Д_{ст.зм}}{n}$
	Коефіцієнт завантаження обладнання ($K_{зав}$)	Відношення коефіцієнта змінності роботи ($K_{зм}$) до планової змінності устаткування ($K_{пл}$)	$K_{зав} = \frac{K_{зм}}{K_{пл}}$
II	Коефіцієнт інтенсивного використання устаткування ($K_{інт}$)	Відношення фактичної продуктивності устаткування ($П_ф$) до нормативної ($П_н$)	$K_{інт} = \frac{П_ф}{П_н}$
III	Коефіцієнт інтегрального використання устаткування ($K_{інтегр}$)	Добуток коефіцієнтів екстенсивного й інтенсивного використання устаткування комплексно характеризує експлуатацію його за часом і продуктивністю (потужністю)	$K_{інтегр} = K_{екст} \times K_{інт}$
IV	Фондовіддача ($Ф_{від}$)	Показник випуску продукції на 1 грн вартості основних фондів; визначається як відношення обсягу випуску продукції (Q) до середньорічної вартості основних виробничих фондів ($ОФ_{сер}$) за порівняний період часу	$Ф_{від} = \frac{Q}{ОФ_{сер}}$
	Фондомісткість ($Ф_м$)	Величина, зворотна фондовіддачі; показує частку вартості основних фондів, які припадають на 1 грн продукції	$Ф_м = \frac{Q}{ОФ_{сер}}$

Закінчення табл. 1

1	2	3	4
	Фондоозброєність праці ($Ф_{озб}$)	Відношення середньорічної вартості основних фондів ($ОФ_{сер}$) до числа робітників на підприємстві, що працювали в найбільшу зміну ($Ч$)	$Ф_{озб} = \frac{ОФ_{сер}}{Ч}$
	Рентабельність основних виробничих фондів ($Р$)	Характеризує величину прибутку, що припадає на 1 грн основних фондів, і визначається як відношення прибутку ($П$) до середньорічної вартості основних фондів ($ОФ_{сер}$)	$Р = \frac{П}{ОФ_{сер}} \times 100\%$
	Продуктивність праці	Добуток показників фондовіддачі ($Ф_{від}$) та фондоозброєності ($Ф_{озб}$)	$П = Ф_{від} \times Ф_{озб}$

Ця методика дозволяє лише оцінити показники ефективності використання основних засобів у динаміці, порівняти з плановими показниками. Для проведення більш глибокого аналізу слід використовувати методики інших науковців.

Савицька Г. В. зазначає, що для узагальнюючої характеристики ефективності та інтенсивності використання основних засобів служать такі показники: фондорентабельність, фондовіддача основних засобів, фондовіддача активної частини основних засобів, фондомісткість та відносна економія основних засобів [2]. Також використовують часткові показники для характеристики використання окремих видів машин, обладнання, виробничої площі тощо. В процесі аналізу вивчаються динаміка перерахованих показників, виконання плану за їх рівним, проводяться міжгалузеві порівняння.

Для повного аналізу ефективності використання основних засобів Савицька Г. В. пропонує здійснити факторний аналіз фондорентабельності та фондовіддачі. Рентабельність капіталу, що вкладений в основні засоби, – найбільш узагальнюючий показник ефективності їх використання. Факторний аналіз здійснюється за допомогою такої моделі [3, с. 173]:

$$R_{оз} = Ф_{від} \times Д_{рп} \times R_{пр},$$

де $Ф_{від}$ – фондовіддача основних засобів;

$Д_{рп}$ – доля реалізованої продукції у її випуску;

$R_{пр}$ – рентабельність продажу.

Після цього вивчаються фактори зміни фондовіддачі основних засобів: зміна частки активної частини основних засобів у їх загальній сумі, питомої ваги діючих машин та обладнання в активній частині основних засобів, фондовіддачі технологічного обладнання [3, с. 174]:

$$Ф_{від} = П_{ва} \times П_{вм} \times Ф_{від\ м},$$

де $П_{ва}$ – питома вага активної частини основних засобів;

$П_{вм}$ – питома вага діючих машин та обладнання в активній частині основних засобів;

$Ф_{від\ м}$ – фондовіддача машин та обладнання.

Для аналізу фондовіддачі технологічного обладнання використовується така модель:

$$Ф_{від\ м} = \frac{К \times Т_{од} \times В_{год}}{ОЗ_{м}},$$

де $Ф_{від\ м}$ – фондовіддача технологічного обладнання;

$К$ – кількість діючого обладнання;

$Т_{од}$ – відпрацьовані машино-години одним станком;

$В_{год}$ – виробіток продукції за 1 машино-годину;

$ОЗ_{м}$ – середньорічна вартість машин та обладнання.

Для розрахунку факторів третього порядку на рівень фондовіддачі машин та обладнання необхідно знати, як зміниться об'єм виробництва у зв'язку з заміною обладнання чи його модернізацією [3, с. 178]. Як бачимо, ця методика дозволяє набагато детальніше проаналізувати ефективність використання основних засобів на підприємстві.

Мних Є. В. [4, с. 386] вважає, що показник віддачі основних засобів, розрахований за вартісним значенням (відношення вартості виробленої продукції до середньорічної вартості основних засобів), дає необ'єктивну характеристику ефективності їх використання і є недоцільним для порівняльного аналізу. Причиною є ринковий механізм ціноутворення для продукції і для основних засобів, між якими чіткої еластичності не досягнуто. Під час фор-

мування технологічної виробничої системи основних засобів вони є лише оцінними. Тому він вважає, що аналіз потрібно проводити за двома напрямами:

1) аналіз впливу на рівень віддачі продуктивності устаткування, коефіцієнта змінності вартості одиниці устаткування, питомої ваги машин та обладнання в загальній вартості основних засобів за допомогою такої моделі:

$$Ф_в = К_{мв} \times ПР_{ус} \times К_{зм} \times \frac{1}{С_{ус}} \times ПВ_м,$$

де $К_{мв}$ – коефіцієнт матеріальних витрат;

$ПР_{ус}$ – продуктивність устаткування;

$К_{зм}$ – коефіцієнт змінності роботи устаткування;

$С_{ус}$ – вартість одиниці устаткування;

$П_{вм}$ – питома вага машин і устаткування в загальній вартості фондів.

2) оцінка ефективності експлуатації устаткування (за допомогою коефіцієнтів інтенсивності, екстенсивності та інтегрального коефіцієнта).

Ця методика також дає можливість максимально глибоко оцінити, наскільки ефективно підприємство використовує свої основні засоби.

Покропивний С. Ф. поділяє систему показників, яка вичерпно характеризує ефективність основних фондів, на два блоки: перший – показники ефективності відтворення окремих видів і всієї сукупності засобів праці; другий – показники рівня використання основних фондів у цілому і їхніх окремих видів [5, с. 68]. Також учений акцентує увагу на тому, що діюча система показників ефективності відтворення основних фондів в Україні потребує вдосконалення щодо методики обчислення деяких із них та повноти охоплення окремих сторін відтворення засобів праці.

Як бачимо, кожна з методик аналізу ефективності використання основних засобів має свої особливості та переваги, тому для найбільш повного аналізу краще використовувати ці методики в сукупності. Проте, якщо метою є дослідження окремого питання аналізу, наприклад, оцінити показники ефективності використання основних засобів у динаміці, порівняти з плановими показниками, – доцільно скористатися методикою Гринчуцького В. І. Якщо за мету ставиться виявити вплив факторів на фондовіддачу, то краще скористатися факторними моделями Савицької Г. В. чи Мниха Є. В.

Таким чином, для вдосконалення аналізу ефективності використання основних засобів доцільно включити в систему показників ефективності відтворення основних засобів коефіцієнт інтенсивного оновлення (співвідношення обсягів вибуття і введення в дію за певний період), коефіцієнт оптимальності вибуття основних засобів (відношення фактичного коефіцієнта вибуття до нормативного). У подальших дослідженнях цього питання доцільно синтезувати методики аналізу основних фондів таким чином, щоб для максимально глибокого аналізу не доводилося звертатись до десятків наукових джерел, а можна було скористатися однією оптимальною у всіх питаннях методикою.

Науковий керівник – старший викладач Андрющенко В. О.

Література: 1. Гринчуцький В. І. Економіка підприємства : навч. посіб. / В. І. Гринчуцький, Е. Т. Карапетян, Б. В. Погріщук. – Київ : Центр учб. літ., 2010. – 304 с. **2.** Лісна О. М. Удосконалення аналізу ефективності використання основних засобів підприємства [Електронний ресурс] / О. М. Лісна. – Режим доступу : http://www.repository.hneu.-edu.ua/jspui/bitstream/123456789/4210/1/Лісна%20М.%20О.%20Удосконалення%20аналізу%20ефективності%20використання%20основних%20засобів%20підприємства.pdf. **3.** Савицкая Г. В. Экономический анализ : учебник / Г. В. Савицкая. – М. : Новое знание, 2005. – 651 с. **4.** Мних Є. В. Економічний аналіз : підручник / Є. В. Мних. – Київ : Центр навч. літ., 2003. – 412 с. **5**. Покропивний С. Ф. Економіка підприємства : підручник / С. Ф. Покропивний. – Київ : КНЕУ, 1999. – 541 с.

ОБЛІКОВО-АНАЛІТИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ АНАЛІЗУ ФІНАНСОВОГО СТАНУ ПІДПРИЄМСТВА

УДК 657.3:669.16

Литвишко Т. В.

Магістрант 1 року навчання
факультету обліку і аудиту ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Розглянуто сутність поняття обліково-аналітичного забезпечення, джерела інформації для проведення аналітичної роботи на підприємстві та вимоги, яким повинна відповідати облікова інформація. Наведено обліково-аналітичну систему для аналізу фінансового стану підприємства.*

Ключові слова: *обліково-аналітичне забезпечення, фінансовий стан підприємства, інформація.*

Аннотация. *Рассмотрена сущность понятия учетно-аналитического обеспечения, источники информации для проведения аналитической работы на предприятии и требования, которым должна отвечать учетная информация. Представлена учетно-аналитическая система для анализа финансового состояния предприятия.*

Ключевые слова: *учетно-аналитическое обеспечение, финансовое состояние предприятия, информация.*

Annotation. *The essence of the concept of "accounting and analytical support, sources of information for conducting analytical work on the enterprise and the requirements that must be met account information. An analytical system for analyzing the financial condition of the company.*

Keywords: *accounting and analytical support, financial condition of the enterprise, information.*

В умовах ринкової економіки сучасний розвиток змушує керівників підприємств постійно приймати рішення в умовах невизначеності використовуваної інформації. Це призводить до того, що результати таких рішень можуть спричинити кризові ситуації, неплатоспроможність або банкрутство підприємств. Отже, у зв'язку з цим особливо актуальним постає питання управління фінансовим станом підприємства і формування системи інформаційного забезпечення такого управління.

Для стійкого фінансового стану суб'єкта господарювання потрібно забезпечити формування в рамках бухгалтерського обліку й економічного аналізу такої інформації, яка б служила основою для прийняття управлінських рішень, що забезпечують стабільне функціонування і стійке фінансове положення підприємства.

Дослідженню проблем формування обліково-аналітичної системи, а також вирішенню питань із забезпечення обліково-аналітичного інформації для аналізу фінансового стану підприємства присвятили свої праці такі вітчизняні вчені, як: А. М. Поддєрьогін, В. П. Пантелєєв, М. С. Кузьміна, С. М. Галузіна, М. С. Пушкар, А. Г. Загородній.

Метою статті є дослідження обліково-аналітичного забезпечення аналізу фінансового стану підприємства. Для досягнення зазначеної мети були поставлені такі завдання: вивчення суті обліково-аналітичної системи як основного організаційного механізму формування інформації для фінансового стану підприємства; внесення пропозицій щодо обліково-аналітичної системи для аналізу фінансового стану підприємства.

Об'єкт дослідження – система управління підприємством.

Предмет дослідження – складові обліково-аналітичного забезпечення для аналізу фінансового стану підприємства.

Фінансовий стан підприємства – це комплексне поняття, яке є результатом взаємодії всіх елементів системи фінансових відносин підприємства, визначається сукупністю виробничо-господарських факторів і характеризується системою показників, що відображають наявність, розміщення і використання фінансових ресурсів [1, с. 323].

На думку В. П. Пантелєєва, інформаційне забезпечення – це цілеспрямована робота зі збору інформації, її реєстрації, передавання, обробки, узагальнення, зберігання та пошуку суб'єктами контролю з метою використання для управління. Обліково-аналітичне забезпечення управління фінансовим станом підприємства – це процес підготовки обліково-аналітичної інформації щодо фінансового стану, забезпечення її кількості та якості [2, с. 25].

Показники результатів діяльності формуються за даними фінансового, управлінського та оперативного обліку, які об'єднуються в обліково-аналітичній системі підприємства і являються обліково-аналітичною інформацією. Обліково-аналітична інформація формується в обліково-аналітичній системі, яка об'єднує роботу бухгалтерії та економічної служби підприємства. Така система має забезпечувати користувачів всією необхідною інформа-

© Литвишко Т. В., 2015

цією, що міститься в облікових регістрах та господарській звітності, а отже, створювати умови управлінському персоналу для комплексного оцінювання діяльності підприємства та прийняття рішень.

Будь-яка інформація не може існувати відокремлено, сама по собі. Її збір, реєстрація, накопичення, обробка й узагальнення відбувається в межах певної системи, яка передбачає наявність трьох об'єктів: джерела інформації; споживача інформації; середовища, у якому передається ця інформація [3, с. 18].

Облікова інформація формується на стадіях виявлення, вимірювання, реєстрації, накопичення та узагальнення [4, с. 24].

Головними функціями обліково-аналітичної інформації для аналізу фінансового стану підприємства є:

1) інформаційна – забезпечення системи управління інформацією про діяльність підприємства внутрішніх і зовнішніх користувачів;

2) облікова – відображення фактів господарської діяльності підприємств;

3) аналітична – здійснення на підставі первинних аналітичних даних економічного аналізу діяльності підприємств [5, с. 107].

Ключовим джерелом інформації в обліково-аналітичній системі для аналізу фінансового стану підприємства є дані бухгалтерського (фінансового, управлінського та оперативного) обліку, що зображені на рис. 1.

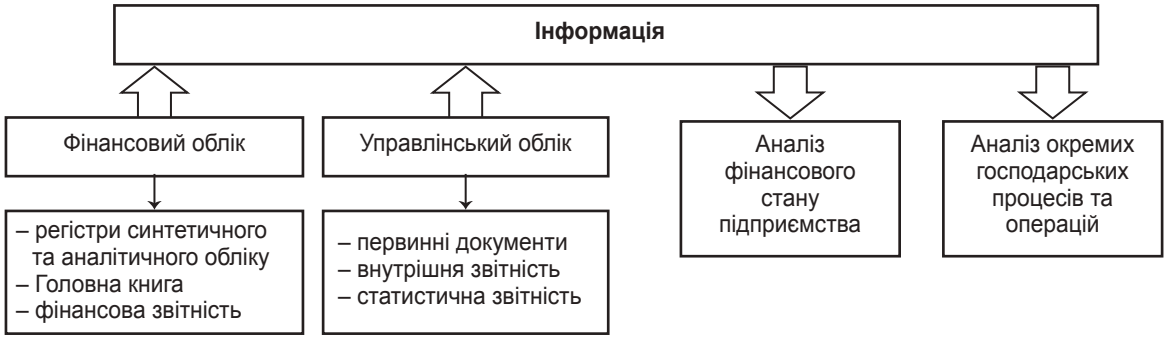


Рис. 1. **Джерела інформації для проведення аналітичної роботи на підприємстві**

Основними вимогами, яким має відповідати облікова інформація, призначена для аналізу фінансового стану підприємства, є: відсутність системних помилок, своєчасність, зрозумілість, цілісність та ідентичність, конфіденційність, адресність, економічність, стабільність, практична спрямованість [6, с. 93].

Ці вимоги спрямовані на задоволення потреб користувачів управлінського персоналу, для прийняття зважених управлінських рішень.

За результатами проведеного дослідження автором було розроблено схему обліково-аналітичної системи підприємства, що зображено на рис. 2.

Обліково-аналітична система є інтегрованою системою, складовими частинами якої є система обліку й аналізу, які взаємопов'язані між собою. Результатом роботи обліково-аналітичної системи підприємства є інформація, яка використовується різними користувачами для прийняття ними відповідних управлінських рішень. Важливим моментом у роботі обліково-аналітичної системи є рівновага між інформаційними потребами управління в процесі виконання поставлених завдань та інформаційними показниками, які формує і забезпечує ця система управління підприємством.

Таким чином, можна дійти висновку, що інформація справляє вплив на кожену складову обліково-аналітичного забезпечення для управління фінансовим станом та подання результатів аналізу для прийняття управлінських рішень. Наукові дослідження з цієї проблеми сприятимуть підвищенню інформативності облікових даних, які б давали змогу керівництву формувати управлінські рішення.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Писарчук О. В.

Література: 1. Поддєрьогін А. М. Фінанси підприємств : підручник / А. М. Поддєрьогін. – Київ : КНЕУ, 2006. – 546 с. **2.** Пантелєєв В. П. Аудит / В. П. Пантелєєв. – Київ : Професіонал, 2008. –158 с. **3.** Кузьмина М. С. Система учетно-аналитической информации для принятия управленческих решений пользователями отчетности / М. С. Кузьмина. – М. : Финансы и статистика, 2009. – 51 с. **4.** Галузина С. М. Аспекты повышения роли учетно-аналитической информации в системе управления организацией : монография / С. М. Галузина. – СПб. : Знание, 2006. – 392 с. **5.** Пушкар М. С. Система обліку як генератор інформаційних ресурсів / М. С. Пушкар // Фінанси,

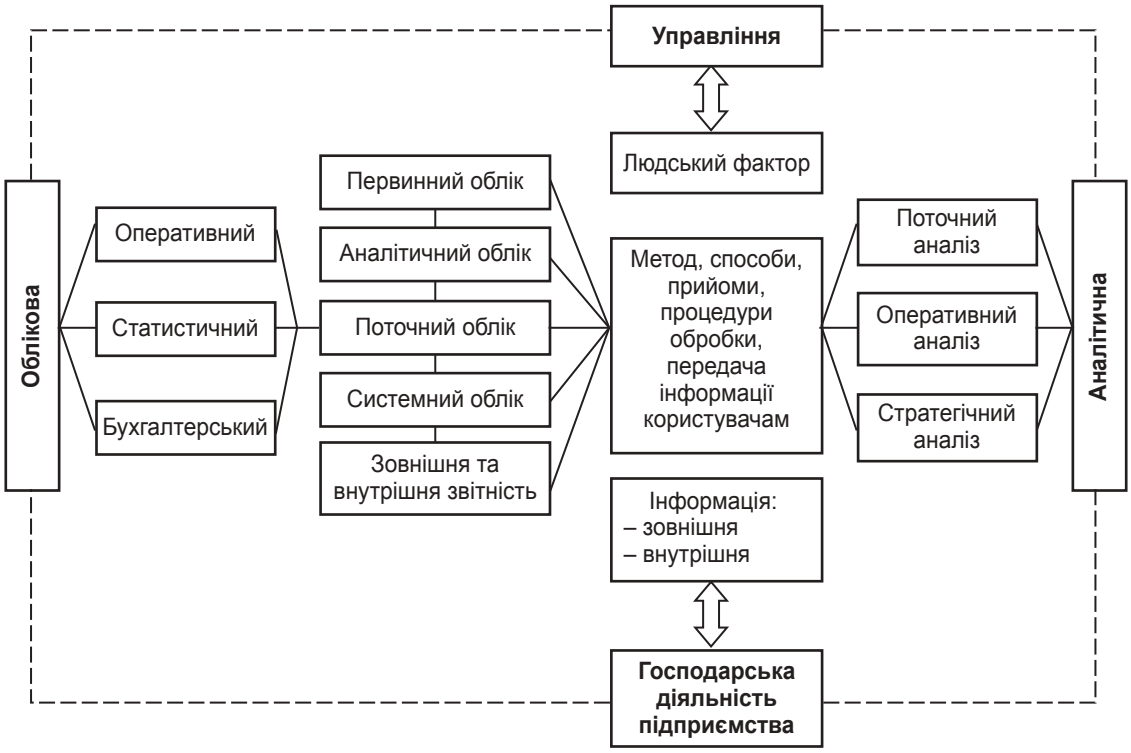


Рис. 2. **Обліково-аналітична система для аналізу фінансового стану підприємства**

облік і аудит. Спец. вип. – 2006. – С. 355–363. **6.** Загородній А. Г. Система обліково-аналітичного забезпечення менеджменту підприємства / А. Г. Загородній // Вісник Національного університету «Львівська політехніка». – 2007. – № 576. – С. 94–102.

КРИТИЧНА ОЦІНКА ОСНОВНИХ ПРИНЦИПІВ ОБЛІКУ В ЗАРУБІЖНИХ КРАЇНАХ

УДК 657:657.92

Люба К. Г.

Студент 3 курсу
факультету міжнародних економічних відносин ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Статтю присвячено критичній оцінці основних принципів обліку у зарубіжних країнах. Розглянуто сучасні визначення поняття «принцип». Досліджено основні недоліки та невідповідності основних принципів бухгалтерського обліку в зарубіжних країнах та здійснено критичну оцінку цих принципів.*

Ключові слова: *бухгалтерський облік, принцип, критична оцінка.*

Аннотация. *Статья посвящена критической оценке основных принципов учета в зарубежных странах. Рассмотрены современные определения понятия «принцип». Исследованы основные недостатки и несоответствия основных принципов бухгалтерского учета в зарубежных странах и осуществлена критическая оценка этих принципов.*

Ключевые слова: *бухгалтерский учет, принцип, критическая оценка.*

© *Люба К. Г., 2015*

Annotation. *The article is devoted to the critical evaluation of basic accounting principles in foreign countries. Also, was reviewed the modern definition of "principle." The basic deficiencies and inconsistencies of basic accounting principles in foreign countries were analyzed and then was made a critical assessment of those principles.*

Keywords: *accounting, principle, critical evaluation.*

На сучасному етапі розвитку системи бухгалтерського обліку в Україні важливим елементом є використання міжнародних стандартів обліку. До їх складу входять концептуальні основи підготовки і подання фінансової звітності, в яких викладено основні принципи ведення обліку та звітності. Ці принципи за кордоном є досить значними, оскільки здійснюють вплив на практичне ведення бухгалтерського обліку, а отже, в майбутньому впливають на прийняття управлінських рішень.

Питання визначення та використання основних принципів обліку у зарубіжних країнах досліджували у своїх працях вітчизняні автори: М. Лучко, І. Бенько, О. Губачова, С. Мельник та ін. Ця проблематика розглянута також у роботах зарубіжних учених О. Амата, Дж. Блейка, Х. Андерсена, М. Гольцберга, Б. Райана, Е. Хендриксена, Д. Колдуелла, Ч. Хорнгрена, Дж. Фостера, Л. Бернстайна, Е. Максами та ін. Проте деякі питання залишаються невирішеними, саме їм і слід приділити більше уваги.

Мета статті: здійснити критичну оцінку основних принципів обліку у зарубіжних країнах.

Об'єкт статті: основні принципи бухгалтерського обліку в зарубіжних країнах.

Предмет статті: недоліки та невідповідності основних принципів бухгалтерського обліку в зарубіжних країнах.

Вироблені світовою практикою принципи бухгалтерського обліку є базою для бухгалтерського обліку у зарубіжних країнах. Під принципами розуміють базові концепції, які покладені в основу відображення в обліку та звітності господарської діяльності підприємства, його активів, зобов'язань, власного капіталу, доходів, витрат і фінансових результатів.

Визначення принципу бухгалтерського обліку трактували по-різному (табл. 1).

Таблиця 1

Визначення принципу бухгалтерського обліку [1–6]

Джерело інформації	Визначення
Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності» [1]	Під принципом бухгалтерського обліку розуміють правило, якого слід дотримуватись при проведенні вимірювання, оцінки та реєстрації господарських операцій та їх відображенні у фінансовій звітності
Бухгалтерський словник за ред. Бутинця Ф. Ф. [2, с. 143]	Принципи – 1) базові положення будь-якої теорії, основні правила діяльності, що створені у межах процесу систематизації знань та, на відміну від законів, не існують у природі; 2) встановлені та загальноприйняті правила здійснення господарських операцій, а також властивості економічних процесів; 3) основна ідея
Нашкерська Г. В. [3, с. 33]	Принципи трактуються як теоретичні основи бухгалтерського обліку, за допомогою яких можна уникнути розбіжностей в оцінці та вимірюванні активів, зобов'язань та капіталу підприємства, його доходів та витрат, які зумовлені наявністю суб'єктивних факторів, таких як: раніше існуюча практика, відмінності поглядів бухгалтерів
Партин Г. О., Корягін М. В. [4, с. 15]	Принципи бухгалтерського обліку є фундаментом для здійснення функцій основних суб'єктів господарської діяльності підприємства у межах мікроекономічного середовища
Швець В. Т. [5, с. 45]	Принципи бухгалтерського обліку – це правило, якого слід дотримуватись у процесі вимірювання, оцінки та реєстрації господарських операцій, а також у наданні результатів фінансової звітності
Малюга Н. М. [6, с. 28]	Принцип – це особливість, яка за будь-яких умов властива кожному явищу. Принцип є основною засадою, витоком, координуючою ідеєю у найрізноманітніших відносинах

Економічна інтеграція у світовому масштабі, а також інтернаціоналізація у сфері економіки та бізнесу викликають необхідність інтернаціоналізації та стандартизації бухгалтерського обліку. З метою налагодження успішного розвитку бізнесу, економічної інтеграції країн важливою передумовою є інформаційне взаєморозуміння. Тому вивчення та використання загальноприйнятих принципів бухгалтерського обліку є важливою умовою.

Губачова О. М., Мельник С. І. [7, с. 19–31] у своїй праці наводять такі принципи бухгалтерського обліку, беручи за основу думку визнаних фахівців західних країн:

1. Принцип автономності організації та її цілісності;

2. Принцип грошового виміру;

3. Принцип функціонуючого підприємства;

4. Принцип собівартості;

5. Принцип реалізації;
6. Принцип нарахування;
7. Принцип відповідності;
8. Принцип періодичності;
9. Принцип постійності;
10. Принцип обачності;
11. Принцип подвійності;
12. Принцип суттєвості;
13. Принцип припущення стабільності валюти.

Висновки. Використання міжнародних стандартів бухгалтерського обліку допоможе вивести економіку України на гідний рівень у міжнародному просторі. Насамперед має бути проведений аналіз основних подібних і відмінних рис української та міжнародної систем обліку. Принципи, які використовуються у міжнародному досвіді, в українській практиці потребують методологічних змін в організації обліку. Таким чином, подальші дослідження мають враховувати як переваги, так і недоліки основних принципів обліку в зарубіжних країнах.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Пономаренко О. О.

Література: 1. Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності» [Електронний ресурс] : Наказ Міністерства фінансів України від 07.02.2013 р. №73. – Режим доступу : http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/z0336-13. **2.** Андрєєва А. О. Принципи бухгалтерського обліку в міжнародній практиці / А. О. Андрєєва // Економічні науки. Серія: Облік і фінанси. – 2012. – Вип. 9 (4). – С. 7–12. **3.** Свірко С. В. Принципи та методи вітчизняного бухгалтерського бюджетного обліку в умовах його модернізації / С. В. Свірко // Фінанси, облік і аудит. – 2012. – Вип. 19. – С. 360–369. **4.** Бухгалтерський фінансовий облік / Ф. Ф. Бутинець, О. С. Бородкін, А. М. Герасимович та ін. ; під ред. Ф.Ф. Бутинця. – Житомир : Рута, 2000. – 608 с. **5.** Шелест В. С. Бухгалтерський і податковий облік операцій з вибуття нематеріальних активів / В. С. Шелест // Економічні науки. – 2013. – Вип. 10 (4). – С. 404–413. **6.** Ражановська А. В. Основні засоби: бухгалтерський та податковий облік / А. В. Ражановська // Управління розвитком. – 2013. – № 23. – С. 60–62. **7.** Стаднік Л. І. Бухгалтерський облік біологічних перетворень та калькулювання у свинарстві / Л. І. Стаднік // Сталий розвиток економіки. – 2013. – № 5. – С. 242–250. **8.** Маначинська Ю. А. Бухгалтерський актуарний облік в умовах інвестиційної активності / Ю. А. Маначинська // Актуальні проблеми економіки. – 2012. – № 10. – С. 212–219.

НЕОБХІДНІСТЬ МАРКЕТИНГОВОГО ПЛАНУВАННЯ

УДК 005.216:658.8

Мариненко А. В.

Студент 3 курсу
факультету обліку і аудиту ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Досліджено проблеми маркетингового планування, управління маркетинговою діяльністю підприємства. Визначено актуальні моменти, що пов'язані з необхідністю впровадження системи планування маркетингу на підприємстві. Здійснено класифікацію маркетингових планів. Визначено роль маркетингового планування.*

Ключові слова: *маркетингове планування, місія і цілі планування, конкуренти, маркетинговий план, стратегія.*

© Мариненко А. В., 2015

Аннотация. *Исследованы проблемы маркетингового планирования, управления маркетинговой деятельностью предприятия. Определены актуальные моменты, связанные с необходимостью внедрения системы планирования маркетинга. Осуществлена классификация маркетинговых планов. Определена роль маркетингового планирования.*

Ключевые слова: *маркетинговое планирование, миссия и цели планирования, конкуренты, маркетинговый план, стратегия.*

Annotation. *This article is devoted to the problems of marketing planning, marketing management of the enterprise. Current problems related with necessity to implement marketing planning at the enterprise was defined. Marketing plans' classification was done. The role of marketing planning was defined.*

Keywords: *marketing planning, mission and goals of the planning, competitors, marketing plan, strategy.*

Концепція маркетингу говорить, що передумовою досягнення успіху організації є визначення потреб і побажань цільових споживачів, задоволення їх ефективніше та раціональніше, ніж потенційні конкуренти. З цією метою підприємствам необхідно розробляти план подальших дій, яким воно зможе керуватися для подальшої діяльності. Планування є однією із головних функцій маркетингового менеджменту. Досвід провідних країнах світу показує, що без планування маркетингу жодна компанія не спроможна домогтися успіху, а більшість просто не зможуть вижити.

Розгляд питання планування маркетингу є актуальним, оскільки без нього більшість процесів ускладнюються: управління дослідженнями та технологічними розробками; управління розробкою нових продуктів; впровадження необхідних стандартів для постачальників; спрямування зусиль збутового персоналу на продаж товарів; постановка реальних цілей збуту; уникнення впливу конкурентів або змін на ринку.

Аналіз останніх досліджень. До самого поняття планування часом відносяться з критикою. Це пояснюється розумінням його як директивного, тобто такого, що примушує організацію виходити на завчасно запланований рівень господарської діяльності. Та в сучасних ринкових умовах першочерговим стає комплексний підхід, який сприятиме створенню конкурентоспроможної і необхідної споживачам продукції. Саме такі підходи до планування висвітлені у працях як вітчизняних, так і зарубіжних дослідників: Азаряна О., Анн Х., Бабенко Н., Багієва Г., Вествуда Дж., Руделіуса В., Тарасевича В., Циби Т., Армстронга Г., Котлера Ф. Проте дослідження авторів носять фрагментарний характер, а тому постає необхідність використання комплексного підходу до висвітлення цієї проблеми.

Метою статті є вивчення поняття планування, визначення алгоритму здійснення планування маркетингу, його принципів і завдань, визначення і обгрунтування необхідності здійснення його на підприємстві.

Планування як особлива форма діяльності, змістом якої є розробка, узгодження і контроль за ходом виконання плану організації щодо виробництва та реалізації продукції, яка затребувана на ринку, використовується на українському ринку підприємництва з кінця 90-х років. У процесі економічного розвитку популярним і широко використовуваним стає маркетингове планування. Це процес розробки й опис методів застосування всіх ресурсів підприємства для досягнення маркетингових цілей. Мисленнєва модель майбутнього – модель корпоративного бачення – результат прив'язки корпоративних цілей до того, як компанія бачить своє майбутнє [1, с. 103].

Кожна компанія ставить перед собою визначені цілі і має в своєму «арсеналі» певну кількість ресурсів. Маркетингове планування є знаряддям, яке дає змогу об'єднати ці два елементи таким чином, що результат буде найефективнішим. Воно дає можливість:

- аналізувати ринок і передбачати ринкові тенденції;
- бути в курсі потреб споживачів;
- знати сильні і слабкі сторони своєї організації порівняно з конкурентами;
- визначати цілі і стратегії маркетингу;
- ефективно використовувати всі види наявних ресурсів;
- створювати максимальну мотивацію серед персоналу [2, с. 99].

Планування підприємства включає в себе такий розділ, як планування маркетингу, що відображає стратегію маркетингу, прийняту на підприємстві, шляхи реалізації продукції чи послуг, способи залучення нових клієнтів, методи проведення рекламних кампаній тощо. Тому план маркетингу – це «маршрутна карта», яка визначає напрям саме маркетингової діяльності компанії на конкретний період часу [3, с. 74].

Мета планування маркетингу – зменшення маркетингових ризиків за рахунок зниження невизначеності умов діяльності та концентрації ресурсів на найбільш перспективних напрямках. **Предметом** маркетингового планування є вивчення можливостей використання у практичній діяльності маркетингових прогнозів, проектів програм і планів. **Об'єктом** маркетингового планування є діяльність господарюючих суб'єктів із позиції їх діяльності, що пов'язує суб'єкта зі структурами в зовнішньому середовищі та щодо використання, купівлі, продажу, впливу

на продукцію та послуги. **Маркетинговий план** – це документ, у якому сформульовані основні цілі маркетингу товарів та послуг підприємства і шляхи їх досягнення. Планувати маркетингову діяльність підприємства – означає розробити чітку програму дій, яка надасть можливість цілеспрямовано впливати на послідовність, швидкість, комплексність і позитивні результати змін у маркетинговій діяльності з метою отримання прибутку за визначений період.

Хороший маркетинговий план – результат систематичного, творчого, але водночас структурованого процесу, який покликаний визначити нові можливості і потенційні ризики, які необхідно врахувати у процесі формування операційних цілей. Існують певні етапи здійснення маркетингового планування: вивчення місії компанії, маркетинговий аудит, постановка маркетингових цілей, розробка та вибір стратегій маркетингу, створення програми маркетингу, реалізація плану маркетингу, контроль плану маркетингу.

Місія компанії – це основна узагальнена довгострокова мета фірми, в якій задекларовано її призначення. Довгостроковість пояснюється тим, що місія не може змінюватися щороку, це своєрідний дороговказ у світі бізнесу для персоналу фірми, а узагальненість – тим, що місія не повинна містити надто конкретних напрямів дій. Вивчення місії компанії потрібно для того, що створити загальне відчуття змісту і спрямованості, впровадити планування маркетингу в організаційний контекст. Деякі з місій провідних компаній світу: «Facebook» – «Запропонувати соціальну мережу як бізнес-платформу», «Google» – «Організувати існуючу у світі інформацію і зробити її доступною», «The Walt Disney Co.» – «Створити чарівний світ для всієї сім'ї» [1, с. 56–57].

Маркетинговий аудит є основою для прийняття управлінських маркетингових рішень. Його завдання полягає у підготовці даних про ринок, споживачів, конкурентів, постачальників (мікросередовище підприємства), які впливають на діяльність підприємства, а також про можливі наслідки різних заходів маркетингу.

Постановка маркетингових цілей у плануванні ґрунтується на даних, отриманих у процесі ситуаційного аналізу. Ціль підприємства – це його бажаний майбутній стан. Маркетингові цілі характеризують цільову спряваність плану і з самого початку формують бажані результати діяльності на конкретних ринках. В кожному із цільових ринкових сегментів компанія має визначити для себе конкурентну перевагу. При відборі сегментів і визначення переваги враховуються можливості організації, її сильні та слабкі сторони. Після встановлення цілей у рамках планування стратегій необхідно визначити, яким чином вони мають бути досягнуті, тобто наступним етапом процесу планування маркетингу є розробка і вибір стратегій маркетингу.

Стратегія маркетингу – програма маркетингової діяльності фірми на цільових ринках, яка визначає принципові рішення для досягнення маркетингових цілей [4, с. 171]. Вироблена стратегія обов'язково має бути пов'язана із місією організації. Встановлені стратегії маркетингу дають можливість прийняти рішення за елементами комплексу маркетингу, тобто розробляти програми маркетингу. Ці рішення стосуються товарів, рівня цін, каналів розподілу і рівнів обслуговування, системи просування товарів

Важливе теоретичне і практичне значення має науково обґрунтована класифікація планів, яка побудована на основі різних критеріїв і ознак (табл. 1).

Таблиця 1

Класифікація маркетингових планів

Види	Характеристики
1. За строками дії	– короткострокові (до 1 року – мають встановлені цілі і заходи щодо їх досягнення); – середньострокові (2–5 років – на дослідженнях перспектив розвитку ринку й інвестицій); – довгострокові (5–10 років – формування маркетингових рішень, ефективних у довгостроковій перспективі)
2. За масштабами вирішених проблем маркетингу	– стратегічні (визначає орієнтири довгострокового зростання і весь набір товарів, що буде пропонуватися, тобто номенклатура товарів); – тактичні
3. За точністю і глибиною розробки плану	– укрупнений (загальний); – глобальний; – детальний
4. За ціллю планування маркетингу	– план розробки проекту; – план організації управління; – план розробки нового продукту
5. За способом розробки плану	– план цілей маркетингу; – план цінової політики; – план товарної політики; – план контролю маркетингу; – план реалізації товару
6. За способом складання	– централізовані (розробляє вище керівництво, яке представляє плани для нижчих ланок); – децентралізовані (плани розробляють нижчі ланки для затвердження вищим керівництвом)

Таким чином, можна говорити про те, що планування маркетингу сприяє завоюванню нових покупців, перевазі над конкурентами, максимізації доходів і мінімізації загроз.

Маркетингове планування в організації є невід'ємним елементом, оскільки дає змогу сьогодні розробити концепцію діяльності на завтра, враховуючи найрізноманітніші девіації, просунути свій товар на ринок, де б його очікували якомога більше споживачів, створити собі «реноме», яке, безперечно, з часом працюватиме на організацію.

Науковий керівник – викладач Кузнецов О. В.

Література: 1. Армстронг Г. Введення в маркетинг / Г. Армстронг, Ф. Котлер. – М. : Вільямс, 2007. – 832 с. **2.** Котлер Ф. Маркетинг 3.0: від продуктів і споживачів і далі – до людської душі / Ф. Котлер, Х. Картаджайя, А. Сетіаван. – М. : ЕСКМО, 2011. – 240 с. **3.** Маркетинг : підручник / [В. Руделіус, О. Азарян, Н. Бабенко та ін.]. – Київ : Навч.-метод. центр «Консорціум з удосконалення менеджмент-освіти в Україні», 2008. – 648 с. **4.** Гаркавенко С. С. Маркетинг : підручник / С. С. Гаркавенко. – Київ : Лібра, 2002. – 712 с. **5.** Вествуд Дж. Маркетинговый план / Дж. Вествуд. – СПб. : Питер, 2001. – 98 с. **6.** Циба Т. Є. Маркетингове планування : навч. посіб. / Т. Є. Циба, М. І. Сокур, В. І. Баюра. – Київ : Центр учб. літ., 2007. – 128 с.

МАРКЕТИНГ КАК ОСНОВА ПРИВЛЕЧЕНИЯ КЛИЕНТОВ, ИЛИ ЧТО ХОЧЕТ КЛИЕНТ

УДК 659.117

Маркунас Л. А.

Студент 3 курса
факультета учета и аудита ХНЭУ им. С. Кузнеца

Аннотация. *Проанализированы и обобщены теоретические концепции маркетинга в области взаимоотношений с клиентами; описаны обязательные элементы системы организации работы с клиентами. Поставлен вопрос о необходимости разработки показателей эффективности этой работы и адаптации под конкретный вид бизнеса.*

Ключевые слова: *клиентоориентированность, психологический портрет клиента, фокус-группа, эмоциональная выгода, бренд, потребитель.*

Анотація. *Проаналызовано й узагальнено теоретичны концепції маркетингу в області взаємин із клієнтами; описано обов'язкові елементи системи організації роботи з клієнтами. Порушено питання про необхідність розробки показників ефективності цієї роботи і адаптацію під конкретний вид бізнесу.*

Ключові слова: *клієнтоорієнтованість, психологічний портрет клієнта, фокус-група, емоційна вигода, бренд, споживач.*

Annotation. *Analysis and generalization of the theoretical concepts of marketing in the field of customer relations, describes the required elements of the organization of work with clients. The need to develop performance indicators, that work and adaptation to a specific type of business.*

Keywords: *customer orientation, psychological portrait of customer focus group, emotional benefits, the brand, the consumer.*

© Маркунас Л. А., 2015

За два десятилетия рыночных преобразований отечественный бизнес прошел эволюцию от стереотипов поведения, присущих экономике дефицита, очередей, диктата производителя, доминирования продавца над покупателем до понимания и осмысления азбучной истины цивилизованного рынка: клиент является главным активом фирмы. Однако путь от общего понимания и признаний этой истины до освоения конкретных управленческих инструментов грамотного взаимодействия с клиентами оказался достаточно длинным и тернистым. От тривиальных деклараций типа «клиент всегда прав», «клиент превыше всего», «потребитель – главная фигура бизнеса» пришло время переходить к разработке адаптированных под специфику конкретных компаний бизнес-технологий работы с клиентами, выверенного алгоритма взаимодействия с ними.

Актуальность исследований в области правильного поведения с клиентами усиливается в связи с кризисными явлениями в экономике, когда в условиях снижения покупательной способности клиенты становятся более рациональными, осторожными и разборчивыми.

Целью данной работы является попытка анализа взаимодействия компаний с клиентами через призму современных теоретических концепций и реальной практики бизнеса, в том числе регионального.

Теория маркетинга с самого начала своего возникновения рассматривала потребителя, клиента фирмы как важнейшее действующее лицо бизнеса. Маркетологи «за деревьями потеряли лес», слишком фокусируясь на создании продуктов для узких демографических сегментов, вместо того чтобы удовлетворять потребности. Клиенты хотят «нанять» продукт, чтобы тот выполнил определенную работу, или, как сказал легендарный профессор маркетинга из Harvard Business School Теодор Левит: «Люди не хотят покупать сверло на три четверти дюйма. Им нужна дырка на три четверти дюйма!» [1].

Залог успешного бизнеса лежит в понимании острых проблем клиентов. Поэтому сегодня не нужно объяснять, зачем нужно иногда ставить себя на место клиента. Только поняв болевые точки ваших покупателей, прочувствовав их, можно сделать что-то по-настоящему стоящее. Сделать то, что люди будут любить.

В начале построения бизнеса руководитель определяет задачи, исходя из собственного опыта, интуиции. Однако среди нас нет тех, кто бы мог считывать мысли. А значит, очень часто мы ошибаемся, что же на самом деле нужно клиенту?

О чем думает покупатель? Как он принимает решение о покупке? Какие факторы влияют на покупку? Ответы на эти и многие другие вопросы дает психологический портрет клиента, который иногда называется психологическим портретом потребителя, либо психологическим портретом покупателя. С точки зрения ноомаркетинга психологический портрет клиента – это совокупность идей, карта идей, которые внедрены в клиента, и которые он хочет реализовать. От карты идей, от набора идей, которые внедрены в покупателя, зависит, как, когда, где, каким образом и какой товар или услугу он купит. Если знаешь, какие идеи внедрены в покупателя, – знаешь, что хочет покупатель.

На базе маркетинга взаимоотношений в последнее десятилетие формируется новая концепция – концепция клиентоориентированного маркетинга. По мнению ряда авторов, клиентоориентированность – это концепция, провозглашающая первенство принципов удовлетворения потребностей клиентов, «…инструмент управления взаимоотношениями с клиентами» [2].

Психологический портрет клиента – это очень эффективный инструмент продаж, маркетинга, рекламы и брендинга, которым пользуются компании, желающие много продавать. Его эффективность связана с тем, что он играет роль прицела, позволяет прицельно и целенаправленно взаимодействовать с клиентами. Если такой инструмент не используется, то об эффективной коммуникации с клиентом не может быть и речи. В свою очередь, его использование гарантированно приводит к построению качественной и эффективной коммуникации с клиентом. Коммуникация, созданная с использованием психологического портрета потребителя, позволяет сказать клиенту именно то, что он хочет услышать. Когда клиент слышит то, что хочет, – он реагирует положительно и покупает, а когда не то, что хочет, тогда реагирует отрицательно. На основе роботы Ф. Котлера проанализируем потребительские потребности (табл. 1) [3].

Таблица 1

Клиентские потребности

Мы продаем	Они покупают
Занятия в фитнес-клубе	Здоровье, энергию, успешность
Этикетки	Узнаваемость продукта. Удобство учета. Возможность увеличить цену на 5 %
Разработку сайта	Известность, продвижение на рынке. Инструмент Ваших продаж
Упаковку	Сохранность продукта, удобство хранения, использования
Медицинские консультации	Возможность самому управлять своим самочувствием

Существует масса возможностей «услышать» голос клиента. Все зависит от того, насколько детализованная информация вам необходима. Опросы позволяют собрать информацию о широкой группе людей. А дальше через фокус-группы можно получить более детальные данные о том, что хотят клиенты. Этнографический подход позволяет разделить потребителей в зависимости от культуры и социального положения. Но важно, что эти методы должны быть «внутри» того инновативного подхода, направленного на результат, о котором мы говорим. Нужно концентрироваться на том, какие действия клиент хочет совершить и каких целей достичь.

Джек Траут (всемирно известный гуру маркетинга, почетный член Гильдии Маркетологов) вот уже более 40 лет предостерегает бизнесменов от того, чтобы они не тратили деньги и время на обучение потребителей «правильному поведению» или попытки „исправить картину мира в голове потребителей". Лучше эти деньги потратить на изучение сложившейся картины мира и использование представлений потребителей («правильных» или «неправильных» – без разницы) к вящей пользе продавцов [4].

Рассмотрим такой элемент маркетинга как связь с клиентом или продажа эмоций, предложенный Джеком Траутом [5].

Мы имеем тенденцию фокусировать всю свою энергию на бизнес-детали: от определения цены продуктов до расписания. Но это не то, что может выделить вас из толпы. Рациональные элементы вашего бизнеса заключаются в том, что надо немного прилагать усилия, чтобы отделить себя от своих конкурентов. Также эти детали не помогут вам сформировать отношения с вашими клиентами. Все заключается в эмоциональной пользе, которую вы предлагаете, которая делает вашу компанию особенной, которая превращает ваш бизнес в бренд.

Возьмем, например, категорию стирального порошка – то, с чем мы все знакомы. Фактически каждый продукт на рынке этой категории предлагает одинаковую пользу: чистоту, отбеливание, сияние и удаление пятен. Большинство из них имеет одни и те же основные ингредиенты. Исходя из этого, тяжело сказать, чем конкретно отличается один продукт от другого. Все они конкурируют, основываясь на одних и тех же функциях.

Подумайте, как же вы все-таки делаете выбор одного продукта из этой категории. Мы можем быть уверены, что вы опираетесь на описание и возможности какого-то конкретного продукта, но на самом деле вы выбираете бренд. Вы выбираете определенный бренд, потому что вы доверяете ему, вы уже знакомы с ним, вы полагаетесь на него в течение многих лет или этот бренд был настоятельно рекомендован кем-то, кому вы доверяете.

Все вышеперечисленные моменты выбора и преобладания одного бренда над другим и есть эмоциональной пользой (эмоциональным преобладанием). Эмоциональная польза превращает продукт в бренд. Вы имеете отношение с брендами, а не с продуктами.

Таким образом, это и есть эмоциональные преимущества, которые создают долгосрочные отношения с клиентами так, что клиенты хотят с вами сотрудничать, а не конкурировать, вследствие чего образуются некие взаимоотношения.

Идеи маркетинга взаимоотношений тесно связаны с достижением и укреплением лояльности потребителей [6]. Исследователи отмечают, что наличие большого количества лояльных по отношению к организации и платежеспособных клиентов может обеспечить ей ряд существенных преимуществ как в краткосрочном периоде, так и в долгосрочной перспективе. Так, Питер Дойль приводит такие обоснования усиления деятельности по повышению лояльности потребителей, как:

- лояльные клиенты приносят высокую прибыль;
- привлечение новых клиентов обходится дороже, чем усилия по удержанию постоянных клиентов;
- довольные клиенты обращаются в компанию повторно;
- недовольные клиенты обязательно предостерегут от печального опыта друзей и знакомых.

Согласно этим аргументам лояльный клиент имеет очень высокую ценность для предприятия и его лояльность необходимо сохранять и укреплять.

Благодаря совокупности факторов, элементов человек принимает решения. Причем для любого бизнеса – это будет ключевое решение: станет ли этот человек вашим клиентом или так и останется льдом, осевшем на стенке вашей воронки продаж.

Конечно, дальше потенциальный покупатель будет еще несколько раз «касаться» вашей компании, прежде чем осуществит покупку, но повторные «касания» уже не так сильно влияют на принятие решения [7].

Поэтому предпринимателям нужно уделять внимание не только привлечению клиентов, но и качеству точек контакта с клиентами, которые непосредственно влияют на эффективность преобразования потенциальных клиентов в реальные.

Таким образом, мы рассмотрели концепции взаимоотношений с клиентами, а также организацию работы с потребителями. Каждый конкретный бизнес должен адаптироваться под роботу с разной клиентской базой, разрабатывая показатели эффективности.

То есть на выбор клиентов той или иной продукции влияет масса факторов. Одним из самых сильных рычагов воздействия на клиента имеет именно маркетинг как ключевое звено между потребителем и товаром. Чем больше маркетинговых факторов воздействия на клиента будет учитывать продавец, тем точнее он сможет определить, что же все-таки хочет клиент.

Научный руководитель – преподаватель Кузнецов О. В.

Литература: 1. What Business Are You In?: Classic Advice from Theodore Levitt Harvard Business Review Staff [Электронный ресурс]. – Режим доступа : hbr.org/2006/10. **2.** Бояршинов А. А. Потребность бизнеса в повышении лояльности клиентов [Электронный ресурс] / А. А. Бояршинов. – Режим доступа : htpp// www.marketing.spb.ru. **3.** Котлер Ф. Как создать, завоевать и удержать рынок / Ф. Котлер ; пер. с англ. В. А. Гольдича и А. И. Оганесовой. – М. : АСТ, 2008. – 786 с. **4.** Траут Дж. За вами никто не пойдет, если вы не знаете, куда идете [Электронный ресурс] / Дж. Траут // Forbes. – Режим доступа : http://www.forbes.ru/svoi-biznes/marketing/192589. **5.** Траут Дж. 22 непреложных закона маргетинга/ Дж. Траут, Э. Райс. – М. : АСТ, 2005. – 170 с. **6.** Дойль П. Маркетинговое управление и стратегии / П. Дойль, Ф. Штерн ; пер. с англ. – СПб. : Питер, 2007. – 544 с. **7.** Христосенко С. С. Как привлечь много новых клиентов / С. С. Христосенко // Маркетинг в России и за рубежом. – 2011. – С. 78–84.

БУХГАЛТЕРСЬКИЙ ОБЛІК ГРОШОВИХ ПОТОКІВ БЮДЖЕТНИХ УСТАНОВ

УДК 657.31

Маркунас Л. А.

Студент 3 курсу
факультету обліку і аудиту ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Обґрунтовано обліково-економічний процес кругообігу грошових потоків бюджетних організацій. Розглянуто комплекс технологій бухгалтерського обліку потоків грошових коштів загального та спеціального фондів бюджетних установ для забезпечення ефективного управління грошовими потоками організацій бюджетного сектора.*

Ключові слова: *грошові потоки, бюджетні установи, процес кругообігу, процес формування, процес розподілу, процес використання.*

Аннотация. *Обоснован учетно-экономический процесс кругооборота денежных потоков бюджетных организаций. Рассмотрен комплекс технологий бухгалтерского учета потоков денежных средств общего и специального фондов бюджетных учреждений для обеспечения эффективного управления денежными потоками организаций бюджетного сектора.*

Ключевые слова: *денежные потоки, бюджетные учреждения, процесс кругооборота, процесс формирования, процесс распределения, процесс использования.*

Annotation. *The reasonableness of accounting - economic process circuit cash flow budget organizations. The complex of technologies accounting cash flows general and special funds of budgetary institutions to ensure effective cash flow management of public sector organizations.*

Keywords: *cash flow, budget institutions, the process circuit, the process of formation, distribution process, the process of using.*

У сучасних умовах високої фінансової нестабільності та реальної відсутності економічного розвитку національної економіки проблема фінансового забезпечення бюджетних установ набуває особливої актуальності та потребує розробки адекватних науково-прикладних підходів для забезпечення її раціонального вирішення. Процес

© Маркунас Л. А., 2015

фінансування бюджетних організацій потребує невідкладної оптимізації, в основу якої має бути покладений дієвий підхід щодо забезпечення ефективного управління грошовими потоками бюджетних установ, на основі використання відповідних технологій бухгалтерського обліку.

Метою цього дослідження є формування цілісного концептуального підходу до обґрунтування комплексу раціональних технологій бухгалтерського обліку, потоків грошових коштів загального та спеціального фондів бюджетних організацій для забезпечення ефективного управління грошовими потоками установ бюджетного сектора.

Процедури бухгалтерського обліку грошових коштів та процесу фінансування бюджетних установ є фактично класичним предметом дослідження, реальним підтвердженням чому є значна кількість наукових праць учених-економістів, присвячених саме цим питанням бюджетного обліку. До числа вчених, які своїм творчим доробком здійснили вагомий внесок у вирішення завдань удосконалення технологій бухгалтерського обліку грошових коштів бюджетних установ, належать: В. Д. Базилевич, Л. О. Баластрик, А. С. Бакаєв, Ф. Ф. Бутинець, О. М. Андрієнко, О. Ю. Бобровська, Р. Т. Джога, Л. І. Жидеєва, В. І. Лемішовський, та багато ін. Як відомо, однозначного визначення певної категорії не існує, кожен автор інтерпретує її по-своєму.

Основним напрямом оптимізації процесу фінансового забезпечення діяльності бюджетних установ є раціональне управління їх грошовими потоками на основі використання адекватних облікових технологій. Ефективне управління грошовими потоками бюджетних організацій передбачає реалізацію комплексу відповідних заходів менеджменту щодо аналізу достатності обсягів вхідних грошових потоків та рівня результативності їх використання, раціональності потреб організації у грошових коштах і можливостей їх реального забезпечення, оцінки ступеня збалансованості грошових потоків та ефективності їх використання у бюджетній установі [1].

Початковою «точкою відліку» у процесі обґрунтування шляхів вирішення проблеми щодо забезпечення ефективного управління грошовими потоками бюджетних установ на основі використання раціональних облікових технології є дослідження сутності категорії «грошові потоки».

Основою національної фінансової системи є грошові кошти, використання яких передбачає формування вхідних і вихідних грошових потоків, що забезпечує фінансове підґрунтя для функціонування бюджетної системи України. Адже через формування фондів грошових коштів та використання реалізується розподільча функція державних органів місцевого самоврядування та розпорядників грошових потоків [2]. На рівні територіальної одиниці грошові потоки забезпечують формування, розподіл та використання централізованих і децентралізованих грошових ресурсів [3].

В основу процесу фінансування бюджетних установ покладено такі основні принципи:

1) цільове використання бюджетних асигнувань – обумовлене плануванням, відпуском та використанням коштів на цільові потреби та заходи згідно із затвердженими кошторисами;

2) безповоротність і безвідплатність – це виділення коштів без прямого їх відшкодування і сплати відсотків за їх користування;

3) ефективне та повне використання коштів – цей принцип характеризується одержанням максимального результату за мінімальних витрат грошових коштів при повному їх використанні;

4) фінансування у міру виконання планів – обумовлене виділенням бюджетних асигнувань лише на конкретні фактичні витрати, а не під планові показники;

5) додержання режиму економії – забезпечує фактичне використання коштів через систему форм і методів мінімізації витрат, що впливає на розмір одержаного результату;

6) постійний контроль – забезпечує контроль усіх господарських і фінансово-кредитних операцій у фінансуванні державних витрат [4].

Відповідно до ст. 2 п. 6 Бюджетного кодексу України бюджетна установа – це орган, установа чи організація, визначена Конституцією України, а також установа чи організація, створена у встановленому порядку органами державної влади.

З метою зберігання вхідних грошових потоків загального фонду бюджетних установ та подальшого використання цих коштів бюджетні організації відкривають в органах Державного казначейства України (ДКУ) такі види рахунків [5].

1) реєстраційні рахунки розпорядників бюджетних коштів – рахунки, що відкриваються розпорядникам бюджетних коштів, відокремленим структурним підрозділам розпорядників бюджетних коштів за відповідними кодами бюджетної класифікації видатків та кредитування бюджету для обліку операцій із виконання загального фонду кошторисів;

2) особові рахунки – рахунки, що відкриваються розпорядникам коштів місцевих бюджетів за відповідними кодами бюджетної класифікації видатків та кредитування бюджету для обліку руху коштів, виділених із загального та / або спеціального фондів місцевих бюджетів для розподілу між розпорядниками та одержувачами коштів місцевих бюджетів, а також відокремленими структурними підрозділами розпорядників коштів місцевих бюджетів.

У системі бюджетного обліку рух грошових потоків спеціального фонду бюджетних організацій обліковуються шляхом використання таких рахунків:

1) для обліку потоків грошових коштів, отриманих як плата за послуги, призначені рахунки 313 «Поточні рахунки для обліку коштів, отриманих як плата за послуги», 323 «Спеціальні реєстраційні рахунки для обліку коштів, отриманих як плата за послуги»;

2) інші власні надходження обліковують шляхом використання рахунків 314 «Поточні рахунки для обліку коштів, отриманих за іншими джерелами власних надходжень», 324 «Спеціальні реєстраційні рахунки для обліку коштів, отриманих за іншими джерелами власних надходжень»;

3) для обліку інших надходжень спеціального фонду призначені рахунки 316 «Поточні рахунки для обліку інших надходжень спеціального фонду», 326 «Спеціальні реєстраційні рахунки для обліку інших надходжень спеціального фонду»[6].

З метою реалізації облікових процедур щодо відображення процесу руху грошових потоків спеціального фонду бюджетних установ призначений меморіальний ордер № 3 «Накопичувальна відомість руху грошових коштів спеціального фонду в органах Державного казначейства України (установах банків) України» (форма 382 бюджет).

Зазначимо, що для реалізації процедур аналітичного обліку руху грошових потоків у розрізі загального та спеціального фондів бюджетних установ використовуються такі регістри аналітичного обліку:

1) картка аналітичного обліку отриманих асигнувань, яка використовується для відображення в системі аналітичного обліку вхідних грошових потоків (асигнувань) бюджетної установи, які отримані нею з відповідних бюджетів (державного або місцевого) або зі спеціального фонду;

2) картка аналітичного обліку касових видатків призначена для відображення в аналітичному обліку вихідних грошових потоків (касових видатків) у розрізі загального та спеціального фондів бюджетних установ [7].

Для забезпечення ефективного управління грошовими потоками бюджетних установ важливою умовою є використання раціональних облікових технологій, які дають змогу адекватно систематизувати та узагальнити усю облікову інформацію щодо процесу кругообігу грошових потоків бюджетних організацій. Такими обліковими технологіями є процедури формування і представлення пакета фінансової та бюджетної звітності установ, яка комплексно відображає основні показники та результати діяльності бюджетних організацій протягом відповідного звітного періоду.

Таким чином, грошові потоки – це основний фінансовий ресурс забезпечення функціонування та ефективної діяльності бюджетних установ, що обумовлює пріоритетність ролі потоків грошових коштів бюджетних організацій як ключового об'єкта обліку та управління.

Принципово важливе значення у системі управління грошовими потоками бюджетних установ відіграє використання раціональних технологій бюджетного обліку, які дають змогу забезпечити оперативний та якісний процес обліку, аналізу та моніторингу процесу кругообігу, а саме етапів формування, розподілу та використання потоків грошових коштів організацій бюджетного сектора за умов високого рівня нестабільності національної економіки.

Удосконалення процедур бухгалтерського обліку грошових потоків бюджетних установ з метою оптимізації системи управління бюджетними організаціями є перспективним напрямом подальших наукових досліджень, що представляє значну науково-практичну цінність.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Кудіна О. М.

Література: 1. Базилевич В. Д. Макроекономіка : навч. посіб. / В. Д. Базилевич, Л. О. Баластрик. – Київ : Знання, 2008. – 368 с. **2.** Бакаев А. С. Бухгалтерские термины и определения / А. С. Бакаев. – М. : Бухгалтерский учет, 2002. – 160 с. **3.** Бухгалтерський фінансовий облік : підручник / За ред. проф. Ф. Ф. Бутинця. – Житомир : ЖІТІ, 2000. – 608 с. **4.** Міжнародні стандарти бухгалтерського обліку для державного сектора [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.minfin.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=80967&cat_id=80024. **5.** Про затвердження Порядку відкриття та закриття рахунків у національній валюті в органах Державної казначейської служби України [Електронний ресурс] : Наказ Міністерства юстиції України від 22.06.2012 №758. – Режим доступу : http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/z1206-12. **6.** Про затвердження Порядку складання фінансової та бюджетної звітності розпорядниками та одержувачами бюджетних коштів [Електронний ресурс] : Наказ Міністерства фінансів України від 24.01.2012 № 44. – Режим доступу : http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/z0196-12. **7.** Семенова С. М. Класифікація грошових потоків підприємства з метою стратегічного управління [Електронний ресурс] / С. М. Семенова. – Режим доступу : http://www.maritime.kiev.ua/uploads/Jurnal/3(15)/narezka/Vnutr_3_15__2012__146_.pdf.

ОГЛЯД СУЧАСНИХ МЕТОДИК ПРОГНОЗУВАННЯ ЙМОВІРНОСТІ БАНКРУТСТВА ПІДПРИЄМСТВ

УДК 005.334.4

Мартель Г. О.

Магістрант 1 року навчання
факультету обліку і аудиту ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Розглянуто підходи до прогнозування фінансового стану підприємств із позиції можливого банкрутства. Проаналізовано сучасну практику використання деяких зарубіжних моделей аналізу ймовірності загрози неплатоспроможності суб'єктів підприємницької діяльності з виявленням їх переваг і недоліків. Сформульовано рекомендації щодо можливості адаптації у вітчизняній практиці зарубіжних моделей вірогідності банкрутства.*

Ключові слова: *підприємство, банкротство, неплатоспроможність, методи, оцінка.*

Аннотация. *Рассмотрены подходы к прогнозированию финансового состояния предприятий с позиции возможного банкротства. Проанализирована современная практика использования некоторых моделей анализа вероятности угрозы неплатежеспособности субъектов предпринимательской деятельности, с выявлением их преимуществ и недостатков. Сформулированы рекомендации по возможности аддаптации в отечественной практике зарубежных моделей вероятности банкротства.*

Ключевые слова: *предприятие, банкротство, неплатежеспособность, методы, оценка.*

Annotation. *The article discusses the ways of financial condition's prognosis of enterprise from the point of bankruptcy. It was analyzed modern practices of usage of some models of analysis of likelihood of entrepreneurs' insolvency's with the identification of its advantages and disadvantages. There were offered the recommendations for adaptation's opportunity in local practices of the foreign models of the likelihood of bankruptcy.*

Keywords: *enterprise, bankruptcy, insolvency, methods, evaluation.*

Постановка проблеми. Нерівномірний розвиток економіки і, тим більше, окремих її частин, зміна обсягів виробництва і збуту, значне падіння виробництва, що характеризується як кризова ситуація, слід розглядати не як збіг незадовільних ситуацій, а як деяку загальну закономірність, властиву ринковій економіці.

Кризові ситуації, що виникають внаслідок відсутності відповідних профілактичних заходів, можуть призвести до надмірної розбалансованості економіки підприємства і нездатності продовження фінансового забезпечення виробничого процесу, наслідком цього є ліквідація підприємства, щодо прийняття рішення про ліквідацію підприємства є оцінка його санаційної спроможності. Для правильних висновків щодо санаційної спроможності підприємства необхідно провести розрахунок ймовірності банкрутства.

В Україні, де протягом багатьох десятиріч панувала позаринкова система господарювання, що виключала офіційне визнання банкрутства як економічного явища, нема загальновизнаної вітчизняної методики визначення ймовірності банкрутства суб'єктів господарювання. У зв'язку з цим доводиться користуватися зарубіжними методичними підходами.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Питанню визначення ймовірності банкрутства приділяється значна увага з боку як вітчизняних, так і зарубіжних науковців. Безпосереднім розробленням методик і моделей прогнозування займалися такі зарубіжні вчені, як Е. Альтман, Дж. Аргенті, У. Бівер, В. Ковальов, К. Спрінгейт, Р. Таффлер, Г. Тішоу, Дж. Фулмер та ін. Вагомий внесок у вирішення проблемних питань із банкрутства та антикризового управління зробили вітчизняні вчені: І. Жук, Л. Лігоненко, О. Терещенко, Т. Тесленко та ін.

Мета роботи – дослідити наявні методики аналізу ймовірності банкрутства підприємства та їх можливість використання для підприємств вітчизняного зразка.

Виклад основного матеріалу. У вітчизняній та зарубіжній науковій літературі відомі два підходи до прогнозування банкрутства.

Перший базується на фінансових даних і включає оперування деякими коефіцієнтами, які набувають все більшої популярності: Z-коефіцієнтом Альтмана (США), коефіцієнтом Таффлера (Великобританія) та ін., а також вміння «читати баланс».

Другий підхід базується на порівнянні ознак компаній, що вже збанкрутували з такими ж ознаками «підозрілої» компанії. Останнім часом опубліковано безліч списків компаній, що збанкрутували (як зарубіжних, так і українських). Деякі з них містять їх опис по десятках показників. Однак більшість списків не упорядковують ці

© Мартель Г. О., 2015

дані за ступенем важливості і в жодному не виявлена турбота про послідовність. Спробою компенсувати ці недоліки є метод балової оцінки (А-рахунок Аргенті) [1, с. 228–240].

Означені вище методики наведено на рис. 1.

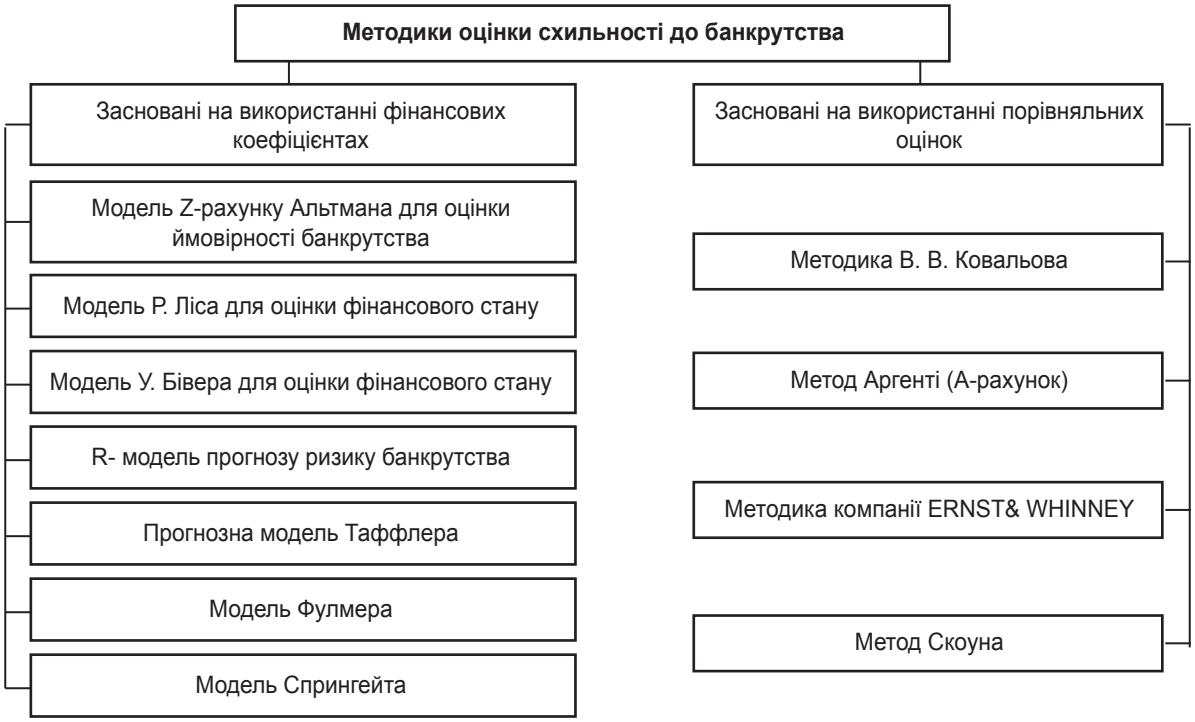


Рис. 1. **Класифікація методик оцінки схильності підприємств до банкрутства** [2, с. 123–125]

Розглянемо детальніше ті зарубіжні методики, що зможуть найбільш адекватно описати стан українських підприємств.

Оцінка імовірності банкрутства на основі моделі Z-рахунку Альтмана представляє собою функцію від деяких показників, які характеризують економічний потенціал підприємства та результати його роботи за минулий період. У загальному вигляді індекс кредитоспроможності має вигляд:

$$Z = 1{,}2 \times K_1 + 1{,}4 \times K_2 + 3{,}3 \times K_3 + 0{,}6 \times K_4 + K_5,$$

де K_1 – оборотний капітал / ∑ активів;

K_2 – нерозподілений прибуток / ∑ активів;

K_3 – операційний прибуток / ∑ активів;

K_4 – ринкова вартість акцій / ∑ заборгованості;

K_5 – виручка – ∑ активів.

Недоліком цієї моделі є доцільність її використання лише для великих підприємств, які котирують власні акції на біржах, оскільки складно отримати оцінку ринкової вартості суб'єкта господарювання.

Тому в 1983 р. Альтман модифікував цю модель, яка має такий вигляд:

$$Z = 0{,}717 * K_1 + 0{,}847 \times K_2 + 3{,}107 \times K_3 + 0{,}42 \times K_4 + 0{,}995 \times K_5,$$

де K_4 – це балансова, а не ринкова вартість акцій.

Якщо значення показника знаходиться в інтервалі від 1,23 до 2,9, то Z-критерій Альтмана взагалі не працює. Тому, використовуючи цю модель на підприємствах України, критичне значення Z-рахунку необхідно сприймати як сигнал можливої фінансової небезпеки, після отримання якого потрібно терміново проводити поглиблений аналіз причин незадовільного фінансового стану і розробляти заходи щодо їх усунення [3, с. 130–135].

Оцінка фінансового стану підприємства за системою показників У. Бівера дає змогу визначити межу задовільного фінансового стану підприємства і його схильності до неплатоспроможності. Ця система включає ряд показників, наведених в табл. 1.

Таблиця 1

Розрахунок показників У. Бівера [4, с. 180–182]

Показники	Розрахунок	Значення показників		
1	2	3	4	5
1. Коефіцієнт Бівера	$\frac{ЧП + А}{ПЗ + ДЗ}$	0,4 – 0,45	0,17	–0,15
2. Рентабельність активів	$\frac{ЧП}{Активи} \times 100\%$	6 – 8	4	–22
3. Фінансовий левередж	$\frac{ПЗ + ДЗ}{Активи}$	≤ 37	≤ 50	≤ 80
4. Коефіцієнт покриття активів чистим оборотним капіталом	$\frac{ВК - НА}{Активи}$	0,4	≤ 0,3	≈ 0,06
5. Коефіцієнт покриття	$\frac{ОА}{ПЗ}$	≤ 3,2	≤ 2	≤ 1

Показники колонки 3 – для сталих компаній, колонки 4 – за 5 років до банкрутства, колонки 5 – за 1 рік банкрутства.

Недоліком цього методу є його прогнозний період: віднесення підприємств до однієї з трьох груп – сталі компанії (показники колонки 3), підприємства за 5 років до банкрутства (показники колонки 4) та за 1 рік (показники колонки 5). В сучасних умовах термін 1–5 років є надто довгостроковим періодом для прогнозування, тому методики діагностики мають давати прогноз платоспроможності на термін від 4–6 місяців до року [4, с. 180–182].

У вітчизняній практиці, крім інтегральних показників, використовують коефіцієнт можливого банкрутства, який можна розрахувати за формулою:

$$K_{мб} = \frac{Z_n}{Z_r},$$

де Z_n – інтегральний показник за моделлю для кожного підприємства;

Z_r – інтегральний показник за цією самою моделлю на основі середньогалузевих показників.

Якщо Кмб становить більше 1,5, то фінансовий стан підприємства відносно стабільний і йому банкрутство не загрожує. Коли цей коефіцієнт перебуває в межах від 0,8 до 1,5, то фінансовий стан суб'єкта господарювання задовільний, хоча він може мати певні фінансові проблеми. У разі якщо Кмб дорівнює менше 0,8, то підприємство переживає фінансову кризу і ймовірність банкрутства для нього дуже висока [5, с. 177–181].

Проаналізувавши методики прогнозування банкрутства, попри ряд переваг, можна дійти висновку, що їх беззастережне застосування для аналізу на вітчизняних підприємствах є некоректним. Оскільки більшість моделей побудовані на дослідженнях емпіричних даних зарубіжних підприємств.

Висновки. Таким чином, сучасний етап економіки вимагає створення загального алгоритму прогнозування банкрутства підприємства з урахуванням як вітчизняного, так і закордонного досвіду.

На основі проведеного аналізу можливості застосування зарубіжних моделей прогнозування ймовірності банкрутства можна зробити висновок, що використання цих моделей на українських підприємствах ускладнюється адаптацією їх до реалій ведення вітчизняного бізнесу шляхом конкретизації критичних значень відповідних показників, що вимагає опрацювання значної кількості статистичних даних. До того ж використання подібних методик на рівні конкретного підприємства вимагатиме залучення висококваліфікованих фінансових аналітиків, оплата послуг яких негативно позначиться на вартості процесу діагностики схильності до банкрутства.

Для того щоб прогноз був більш обґрунтованим, рекомендовано комплексно використовувати одночасно кілька методів прогнозування ймовірності банкрутства підприємства, що дозволить значно підвищити ступінь вірогідності отриманих результатів.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Писарчук О. В.

Література: 1. Теребух А. А. Порівняльний аналіз моделей оцінювання фінансових загроз суб'єктів господарювання / А. А. Теребух, Н. О. Діброва // Науковий вісник НЛТУ України. – 2010. – Вип. 20.11. – С. 228–240. **2.** Лепейко Т. І. Аналіз сучасних методик прогнозування ймовірності банкрутства підприємства / Т. І. Лепейко,

Т. О. Доценко // Фінансово-кредитна діяльність: проблеми теорії та практики. – 2011. – № 1 (10). – С. 101–107. **3.** Квасницька Р. С. Етапність проведення діагностики кризового стану та ймовірності банкрутства підприємства / Р. С. Квасницька, І. М. Кордонець // Вісник Хмельницького національного університету. – 2011. – № 2. – С. 130–135. **4.** Москаленко В. П. Комплексна оцінка фінансового стану підприємства як основа для діагностики його банкрутства / В. П. Москаленко, О. Л. Пластун // Актуальні проблеми економіки. – 2006. – № 6. – С. 180–182. **5.** Рязаєва Т. Г. Зарубіжні методики визначення ймовірності банкрутства підприємства / Т. Г. Рязаєва, І. В. Стасюк // Вісник Хмельницького національного університету. – 2010. – № 3. – Т. 1. – С. 177–181.

ФОРМУВАННЯ МЕТОДИЧНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА

УДК 005[591.3:343]

Мартинова В. В.

Магістрант 1 року навчання
факультету обліку і аудиту ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Приділено особливу увагу систематизації та обґрунтуванню теоретичних та методологічних підходів щодо формування методичного забезпечення конкурентного розвитку підприємств в умовах ринкового господарювання.*

Ключові слова: *конкурентний розвиток, аналіз, конкуренція, показник, еталон.*

Аннотация. *Уделено особое внимание систематизации и обоснованию теоретических и методологических подходов по формированию методического обеспечения конкурентного развития предприятий в условиях рыночного хозяйствования.*

Ключевые слова: *конкурентное развитие, анализ, конкуренция, показатель, эталон.*

Annotation. *That is why we must pay special attention to organizing and substantiation of theoretical and methodological approaches to the formation of methodological support competitive enterprises in a market economy.*

Keywords: *competitive development, analysis, competition, figure reference.*

У період фінансово-економічної кризи значно ускладнились для суб'єктів господарювання умови функціонування на ринку, та суттєво загострилась конкурентна боротьба. Це змушує підприємство не лише швидко змінюватись, щоб мати змогу протистояти несприятливим макроекономічним умовам, а й виживати та розвиватись. Саме конкуренція є тією рушійною силою, яка відкриває нові шляхи ведення бізнесу, дає змогу поліпшувати якість та знижувати ціну товару (послуги). Конкурентний розвиток свідчить про успішну діяльність підприємства. Відсутність нових концептуальних розробок та теоретико-методологічних положень щодо формування методичного забезпечення конкурентного розвитку підприємства робить необхідним і актуальним системне дослідження цього питання.

Питаннями конкурентоспроможності, конкурентного розвитку та їх ролі у функціонуванні діяльності організації займалися багато вчених, серед них такі, як Ареф`єва О. [1], Балабанова І. [2], Войчак А., Камишніков Р. [3], Портер М. [7], Фатхутдинов Р. [8], Должанський І. [4], Йеннер Т. [6].

Мета статті – систематизація та обґрунтування теоретичних і методологічних підходів щодо формування методичного забезпечення конкурентного розвитку підприємств в умовах ринкового господарювання.

Виклад основного матеріалу. Згідно зі ст. 1 Закону України «Про захист економічної конкуренції» економічна конкуренція (конкуренція) – змагання між суб'єктами господарювання з метою здобуття завдяки власним досягненням переваг над іншими суб'єктами господарювання, внаслідок чого споживачі, суб'єкти господарювання мають можливість вибирати між кількома продавцями, покупцями, а окремий суб'єкт господарювання не може визначати умови обороту товарів на ринку [5].

© Мартинова В. В., 2015

Конкурентний розвиток слід розглядати як сталий розвиток, що є керованим та базується на системному та інформаційному підходах, який дозволяє функціонувати підприємству в умовах конкуренції. Метою підприємства є виживання в умовах жорсткої конкуренції, яка змушує змінюватись, відстоювати вже зайняті позиції і постійно розвиватись.

Для забезпечення конкурентного розвитку суб'єкта господарювання доцільним є проведення конкурентного аналізу. Аналіз має базуватися на комплексному підході, щоб у подальшому можна було розробити превентивні та реактивні заходи. Розділимо його на такі три етапи: підготовчий, функціональний та еталонний.

Підготовчий етап включає:

1) вивчення конкурентного середовища з метою визначення можливості впровадження власного бізнеса як у регіоні, так і по всій Україні в цілому, у визначенні кількості конкурентів;

2) аналіз потенційних споживачів із метою визначення їх потреб і купівельної спроможності;

3) кластерний аналіз, на якому здійснюється згрупування конкуруючих підприємств із метою виділення найсильніших серед тієї групи, до якої відноситься це підприємство;

4) аналіз фінансово-економічних показників виділених підприємств та визначення: прибутку, витрат і собівартості. Отримані показники можна вважати еталонними. Такий підхід дає можливість зрозуміти, скільки приблизно грошей необхідно для того, щоб, по-перше, успішно вести бізнес та отримувати прибуток; по-друге, для формування своєї стратегії з метою постійного динамічного росту показників;

5) SWOT-аналіз із метою виявлення власних переваг і недоліків;

6) створення бізнес-плану, визначення тактики та стратегії підприємства, розрахунок усіх реальних і потенційних затрат, визначення вимог до працівників.

На функціональному етапі необхідно дослідити кожну бізнес-стратегічну одиницю, а саме: виробництво, управління, фінанси, маркетинг, кадри, збут.

Цей функціональний підхід наведено в табл. 1.

Таблиця 1

Функціональний підхід до визначення конкурентоспроможності суб'єкта господарювання

Назва бізнес-стратегічної одиниці	Об'єкт дослідження
Виробництво	– обсяг виробництва; – обсяг готової продукції; – стан трудових ресурсів підприємства; – рівень забезпеченості трудовими ресурсами; – кваліфікація персоналу; – виробничі витрати; – ефективність виробничої сфери діяльності
Управління	– оцінка якості корпоративного управління; – адміністративні витрати; – ефективність управлінської сфери діяльності
Фінанси	– фінансові витрати; – стан фінансових ресурсів підприємства; – стан нематеріальних активів; – оборотність
Маркетинг	– маркетингові витрати; – рентабельність продажів (фактор ефективності маркетингової діяльності); – імідж компанії; – торгова марка
Кадри	– стан трудових ресурсів підприємства; – ефективність інноваційної сфери діяльності; – рівень забезпеченості технічними засобами; – кваліфікація персоналу
Збут	– витрати на збут; – витрати на перевезення; – кількість зруйнованого товару

На цьому етапі визначається власний конкурентний потенціал і конкурентна позиція підприємства.

Еталонний підхід передбачає еталонну оцінку основних фінансово-економічних показників діяльності конкурентів, він є одним із пунктів підготовчого етапу. Така оцінка повинна мати системний характер і проводитись кожний квартал. Саме тому доцільним є знову використання кластерного аналізу з метою своєчасного виявлення нових потенційних суперників. Підприємство з найкращими показниками виступає еталоном.

Для того щоб упевнитись, що підприємство має конкурентний розвиток, необхідно визначити динаміку та розрахувати темпи росту (приросту).

Під час формування системи показників для проведення кластерного аналізу необхідно використовувати економіко-фінансові показники, які, з одного боку, дадуть можливість оцінити фактори ресурсного забезпечення та реалізації готової продукції, а з іншого – основні фактори виробництва та маркетингової діяльності. Це надасть мажливість розглянути діяльність підприємства з різних боків, виявити можливі технічні та виробничі упущення, нерозумне стратегічне рішення. Це допоможе не допускати таких само помилок у власній поточній діяльності.

Висновки і перспективи подальших досліджень. Конкуренція супроводжує підприємство впродовж всього його життєвого циклу, саме вона є тим важелем впливу, який ставить такі умови, до яких треба пристосовуватись. Розвиток вказує на діяльність підприємства, яка є успішною. Отже, з метою забезпечення конкурентного розвитку підприємства було сформовано певну методику. Такий підхід допоможе підприємству не тільки своєчасно виявляти як реальних, так і потенційних конкурентів, розробити превентивні та реактивні заходи, а надасть можливість визначити для себе підприємство-еталон з метою не тільки досягнути таких самих результатів, а й вийти на значно вищий рівень.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Петряєва З. Ф.

Література: 1. Ареф`єва О. В Управління розвитком економічних систем: теорія, механізми регулювання та управління : монографія / О. В. Ареф`єва, В. В. Прохорова. – Харків : [УкрДАЗТ], 2010. – 301 с. **2.** Балабанова І. В. Управління конкурентною раціональністю : [монографія] / І. В. Балабанова. – Донецьк : ДонНУЕТ, 2008. – 538 с. **3.** Войчак А. В. Конкурентні переваги підприємства: сутність і класифікація / А. В. Войчак, Р. В. Камишніков // Маркетинг в Україні. – 2011. – № 2. – С. 50–53. **4.** Должанський І. З. Конкурентоспроможність підприємства / І. З. Должанський, Т. О. Загорна. – Київ : Центр навч. літ., 2012. – 282 с. **5.** Про захист економічної конкуренції [Електронний ресурс] : Закон України від 11.01.2001 № 2210-III. – Режим доступу : http://zakon1.rada.gov.ua /laws/show/2210-14. **6.** Йеннер Т. Отраслевая структура, рыночная стратегия и успех предприятия / Т. Йеннер // Проблемы теории и практики управления. – 2010. – № 3. – С. 5–7. **7.** Портер М. Е. Конкурентная стратегия: Методика анализа отраслей и конкурентов / М. Е. Портер ; пер. с англ. И. Минервина. – М. : Альпина Бизнес Букс, 2012. – 452 с. 8. Фатхутдинов Р. А. Конкурентоспособность: экономика, стратегия, управление / Р. А. Фатхутдинов. – М. : ИНФРА-М, 2010. – 312 с.

СУЧАСНІ ЗАГРОЗИ ФІНАНСОВОЇ БЕЗПЕКИ КОМЕРЦІЙНИХ БАНКІВ УКРАЇНИ ТА МЕТОДИ ЇХ УПРАВЛІННЯ

УДК 336.71:335.5

Міняйленко К. О.

Магістрант 1 року навчання
факультету обліку і аудиту ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Розглянуто актуальність питання забезпечення фінансової безпеки банку, класифікаційні підходи щодо визначення типів фінансових загроз банку, їх виявлення та управління на основі SWOT-аналізу з аналізом портфелів банків. Виявлено загрози та методи їх управління.*

Ключові слова: *фінансова безпека, загроза, ризик, управління ризиками, портфельний аналіз, банк.*

Аннотация. *Рассмотрена актуальность вопроса обеспечения финансовой безопасности банка, классификационные подходы к определению типов финансовых угроз банка, их обнаружения и управления на основе SWOT-анализа с анализом портфелей банков. Обнаружены угрозы и методы их управления.*

Ключевые слова: *финансовая безопасность, угроза, риск, управление рисками, портфельный анализ, банк.*

© Міняйленко К. О., 2015

Annotation. *Pressing questions of the financial security of the bank, classification approaches defining the types of financial risks of the bank, their detection and control on the basis of SWOT-analysis with the analysis of banks' portfolios. Detect threats and methods of their control.*

Keywords: *financial security, threat, risk, risk management, portfolio analysis, bank.*

Значення рівня фінансової безпеки банків в Україні зумовлено тим, що стійкістю фінансової складової банки можуть вирішувати питання забезпечення ресурсної, кадрової, інформаційної та фізичної безпеки.

Фінансова безпека є результатом всіх інших складових функціонування банківського секторf національної економіки, а її рівень зумовлюється успішністю дій по решті складових.

В процесі формування фінансової безпеки банківські структури банківська система в цілому стикається з цілим рядом загроз, що впливають на рівень фінансової стабільності. З розширенням видів діяльності зростає і кількість загроз, які ідентифікуються та мінімізуються під час роботи банків, а відповідного наукового обгрунтування в сучасній літературі не мають.

Досить часто можна прослідкувати дискусії щодо обгрунтування поняття «фінансової безпеки» та висвітлення питання загроз банківської безпеки в наукових працях Курманова Л. Р., Алавердова А. Р., Терентьєва Н. С., що мають три особливості:

по-перше, досліджуються різні аспекти грошово-кредитної політики країни з позиції вивчення її безпеки, тобто аналіз цієї проблеми здійснюється на макрорівні;

по-друге, розглядається безпека банку як окремо взятої установи, тобто проблема вивчається на мікрорівні;

по-третє, розглядаються загрози банківської діяльності в межах окремих суб'єктів без комплексної класифікації та характеристик.

Метою статті є визначення нових видів загроз фінансової безпеки банків на основі існуючих класифікацій та виявлення ефективних методів їх управління.

Рівень фінансової безпеки і сукупність конкуруючих переваг визначається тим, наскільки ефективно банк управляє фінансовим потоком. До процесу залучення банком фінансових ресурсів із метою їх ефективного розміщення слід підходити як до системи руху наскрізного фінансового потоку, який, рухаючись від первинного джерела через взаємопов'язані структурні підрозділи банку, має збільшуватися у вартості. Для досягнення максимального інтегрованого результату необхідний високий ступінь узгодженості всіх функціональних підрозділів банку, через які проходить фінансовий потік, тобто інтеграція бізнес-процесів комерційного банку підвищує рівень економічної безпеки [3].

На основі аналізу наукової літератури з питань фінансової та економічної безпеки загрози фінансовій безпеці банку класифікуються за такими ознаками: цільова спрямованість загрози, джерело загрози, економічний характер загрози, імовірність практичної реалізації загрози [1].

Визначають такі основні групи загроз, що негативно впливають на банківську діяльність і її ефективність: 1) загрози, зумовлені негативними процесами, пов'язаними з трансформацією економічної, політичної і соціальної сфер; 2) загрози, зумовлені інституціональними проблемами і несприятливою ринковою кон'юнктурою; 3) загрози, пов'язані з порушеннями банківської дисципліни, етики і порядку ведення банківської діяльності; 4) загрози, пов'язані з криміналізацією національної економіки загалом і банківського сектора зокрема [4].

Оцінюючи класифікацію вищезазначених науковців, зазначимо, що більшість схиляється до думки класифікувати загрози банківської безпеки на зовнішні та внутрішні.

Російські та білоруські дослідники [2] до найбільшої загрози банківському сектору відносять такі негативні явища, як: низьку якість капіталів банків; ризикову кредитну політику; недосконалу систему страхування депозитів; недостатню ліквідність банківських активів; низький рівень кредитоспроможності підприємств реального сектора економіки; невідповідність діяльності банківських установ міжнародним стандартам; низьку якість капіталу банків; недостатню ефективність банківського нагляду; рівень іноземних інвестицій у банківський сектор.

На наш погляд, у вищезазначених класифікаціях не враховано значних загроз фінансовій безпеці банківського сектора, таких як [6]:

- надмірна орієнтація Національного банку України нереальним для вітчизняних реалій вимогам міжнародних фінансових організацій;
- недосконала система рефінансування НБУ комерційних банків;
- слабкий контроль банківських установ за структурою кредитного й інвестиційного портфеля за ризикованістю і дохідністю, що спричиняє погіршення фінансового стану і банкрутства комерційних банків і негативно позначається на функціонуванні банківського сектора загалом;
- конкуренція з боку сегмента кредитних спілок, ломбардів та інших фінансово-кредитних установ.

Використання SWOT-аналізу є доцільним для оцінки поточного стану фінансової безпеки банку і виявлення загроз і має певні особливості. У такому випадку сильними сторонами фінансової безпеки банку виступають позитивні зловмисники, нелояльні співробітники банку), економічного характеру загрози (загрози майнового і немайнового характеру), імовірності практичної реалізації загрози (потенційні, що реалізуються, реалізовані) [1].

Для успішного застосування методології SWOT важливо вміти не тільки розкрити небезпеки та можливості, але й спробувати оцінити їх з точки зору того, наскільки важливим для організації є врахування у стратегії дії кожної з виявлених небезпек і можливостей.

При оцінці можливостей зміцнення фінансової безпеки банку застосовується метод позиціонування кожної конкретної небезпеки на матриці небезпек (табл. 1).

Таблиця 1

Матриця небезпек [2]

Імовірність реалізації загроз	Вплив деструктивних факторів впливу			
	Небезпека	Загроза	Ризик	Безпека
Висока	ВН	ВЗ	ВР	ВБ
Середня	СН	СЗ	СР	СБ
Низька	НН	НЗ	НР	НБ

Ті небезпеки, що потрапляють на поле «ВН», «ВЗ», «СН», становлять дуже велику фінансову небезпеку для банку і вимагають негайного й обов'язкового усунення. На фінансові небезпеки, що потрапили на поля «ВР», «СЗ», «НН», також слід звернути увагу вищому керівництву й усунути їх у першочерговому порядку. Що стосується фінансових небезпек, що знаходяться на полях «НЗ», «СР», «ВБ», то тут потрібен уважний і відповідальний підхід до їх усунення [5].

Потрапивши на поля, що залишилися, небезпеки також не повинні випадати з поля зору керівництва організації, слід уважно стежити за їх розвитком, хоч при цьому не ставиться завдання їх першочергового усунення. Для ефективного управління фінансовими небезпеками слід визначити чинники впливу та реалізувати ряд заходів відповідно до ситуації (табл. 2).

Таблиця 2

Чинники послаблення фінансової безпеки банку та заходи їх мінімізації

Чинники	Заходи мінімізації впливу
Спланований відтік капіталу з банку	Виважене ставлення до джерел фінансування поведінка яких є невідомою
Блокування активів банку банками-конкурентами	Розміщення рахунків банку у банків-лідерів з обслуговування комерційних структур
Використання ЗМІ для дискредитації банку	Проведення рекламної кампанії банку, відображати прозорість діяльності для клієнтів і суспільства
Витіснення з деяких ринків банківських послуг	Формування виваженої цінної політики та інтеграції у міжбанківські проекти
Втрата кваліфікованих працівників та їх перехід в інші банки	Виважена політика у сфері оплати праці та стимулювання працівників

Одне з основних місць в інструментарії управління фінансовими ризиками банку посідає портфельний аналіз (portfolio analysis), що має ряд функціональних та організаційних модифікацій і може використовуватися як для виявлення, ідентифікації, оцінки, так і для вибору та обґрунтування методів нейтралізації конкретного ризику, небезпеки:

– аналіз портфеля цінних паперів або інших ринкових активів –використовується для узгодження базових характеристик портфеля, як правило, рівня його доходності та ризику шляхом диверсифікації. На сьогодні існує значна кількість теоретичних моделей для аналізу портфеля активів – формування оптимального портфеля інвестицій;

– управління ризиками на основі портфельного аналізу у формі портфельних матриць, зокрема: матриця Бостонської консалтингової групи (портфель позиціонування суб'єкта господарювання на цільовому ринку «зростання – частка ринку») та матриця Мак-Кінзі (McKinzie) (портфель позиціонування суб'єкта господарювання на цільовому ринку «привабливість – конкурентні переваги») [5].

Слід зазначити, що портфельний аналіз може використовуватися для ідентифікації та оцінки як якісних характеристик ризику в рамках операційної, інвестиційної та фінансової діяльності суб'єкта господарювання (аналіз

портфельних матриць), так і кількісних параметрів відповідних груп ризиків (аналіз цільового портфеля), крім того, функціонально-організаційні особливості портфельного аналізу дозволяють використовувати його для взаємоузгодженого одночасного аналізу різних видів фінансових ризиків, у тому числі у випадку необхідності поєднання тих ризиків, що піддаються кількісній оцінці, та ризиків, що не можуть бути оцінені кількісно.

Запропоновані механізми забезпечення фінансової безпеки банку можуть використовуватися Національним банком України, фінансово-кредитними установами для оцінки інтенсивності впливу дестабілізуючих факторів впливу на стан фінансової безпеки з метою спрямування їх економічного розвитку на безпечний рівень.

Комплексний підхід до визначення, аналізу й оцінки чинників і загроз фінансовій безпеці банківського сектора національної економіки дозволить підвищити якість управління досягненням її належного рівня, а відтак – стимулюватиме повноцінне використання позитивних чинників її забезпечення і убезпечить банківську сферу від численних негативних чинників.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Москаленко Н.О.

Література: 1. Бриштелев А. Теоретико-методологические основы экономической безопасности банковской системы / А. Бриштелев // Банковский вестник. – 2009. – № 4. – С. 23–30. **2.** Курманова Л. Р. Вопросы регулирования экономической безопасности кредитных организаций / Л. Р. Курманова, М. А. Путенихин // Инновационное развитие экономики. – 2011. – № 1. – С. 9–11. **3.** Козловский А. А. Эффективность банковской деятельности в системе обеспечения экономической безопасности России : автореф. дис. … канд. экон. наук : 08.00.10 / Козловский Александр Анатольевич. – М., 2011. – 17 с. **4.** Фадєєв Д. А. Фінансова безпека банківської діяльності в Україні [Електронний ресурс] / Д. А. Фадєєв. – Режим доступу : http://www.rusnauka.com/5_NITSB_2009/Economics/40908.doc.html. **5.** Шкарлет С. М. Економічна безпека підприємства: інноваційний аспект : монографія / С. М. Шкарлет. – Київ : Книжкове вид-во НАУ, 2007. – 432 с.

ОСОБЛИВОСТІ ОБЛІКУ ВЕНДИНГОВИХ ОПЕРАЦІЙ

УДК 657:658.87(477)

Мисюра А. В.

Студент 3 курсу
факультету обліку і аудиту ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Розкрито актуальність теми обліку вендингових операцій, обґрунтовано мету, завдання та об'єкт дослідження. Проаналізовано особливості реалізації товарів та надання послуг через автомати в Україні. Досліджено основні переваги та недоліки обліку вендингових операцій.*

Ключові слова: *вендинг, продукція, послуги, торгівля, продаж товарів, облік вендингу.*

Аннотация. *Раскрыта актуальность темы учета вендинговых операций, обоснованы цель, задачи и объект исследования. Проанализированы особенности реализации товаров и предоставления услуг через автоматы в Украине. Исследованы основные преимущества и недостатки учета вендинговых операций.*

Ключевые слова: *вендинг, продукция, услуги, торговля, продажа товаров, учет вендинга.*

Annotation. *This article deals with the relevance of accounting topics vending operations justify the purpose, objectives and object of research. The features of the sale of goods and services through vending machines in Ukraine. The basic advantages and disadvantages of accounting vending operations.*

Keywords: *vending, products, services, trade, sale of goods, accounting vending.*

© Мисюра А. В., 2015

Актуальність цієї теми має дуже важливий і сучасний характер. Сьогодні на ринку України та всього світу торгівля через автомати є досить поширеною. Це достатньо рентабельний, високотехнологічний і високоприбутковий бізнес у всьому світі. Сьогодні вендинг – це альтернативний канал роздрібного продажу [1]. До його переваг відносять: технічну простоту установки, мобільність, відсутність витрат на рекламу, низьку вартість обслуговування та ін. Можливість швидко придбати товар або здійснити певні послуги через автомат, не змінюючи свого маршруту, це досить зручно як для покупця, так і для власника, який отримує дохід від цих операцій. Офіційно закріпленої методики обліку під час такої реалізації немає, але все ж є деякі особливості.

Мета цієї роботи полягає у розкритті сутності вендингу в Україні та його особливостей відображення в бухгалтерському обліку.

Об'єктом дослідження є процес продажу товарів та надання послуг через автомати. Предметом – особливості обліку вендингових операцій.

Вендингова торгівля являє собою роздрібну торгівлю товарами або послугами за допомогою спеціальних автоматичних пристроїв (торговельних автоматів) [1]. Розглянемо основні особливості такої торгівлі, а також облік операцій, пов'язаних із придбанням і експлуатацією торгових автоматів.

Під торговими автоматами розуміються пристрої, оснащені банкнотоприймачами для прийому готівкових коштів при продажу товарів, виконанні робіт, наданні послуг у режимі самообслуговування [1].

Асортимент товарів, що реалізуються за допомогою торгових автоматів, у різних країнах дуже різноманітний: від жувальної гумки до золотих злитків. Проте в нашій країні найбільш поширені автомати для продажу напоїв на розлив (кави, чаю, какао тощо), а також автомати, що реалізують продовольчі товари в дрібній упаковці (чіпси, шоколадні батончики, напої в банках і пляшках тощо).

В Україні частка продажів через торгові автомати може досягати 20–25 % від загального обороту таких продуктових груп, як кава або шоколадні батончики.

Активніше всього вендинг розвивається в містах з мільйонним населенням, адже 50 % успіху залежить від вибору місця для установки автомата, 30 % – від якісного та своєчасного обслуговування машини й 20 % – від того, якими марками брендований автомат, чи є на ньому інструкція й номери телефонів «гарячої лінії». Найчастіше автомати, які не оформлені належним чином, викликають у споживача сумніви у якості продукту або послуги, що продає машина [2].

Головними перевагами цього процесу торгівлі є:

- мінімальний стартовий капітал;
- відсутність окремого офісу чи приміщення для надання послуг та продажу товарів;
- вендинг – це торгівля за готівку;
- незначні витрати на обслуговування;
- висока рентабельність [3].

Важлива перевага вендингу пов'язана з тим, що оператору не потрібно витрачати значні кошти на просування послуг торгових автоматів. Головне – встановити автомат там, де існує постійний потік потенційних покупців.

Але на ряду з багатьма перевагами цього виду бізнесу є і певні недоліки, серед яких:

- торговий автомат може зламатися;
- автомат з легкістю можна обдурити, підсунувши йому фальшиві гроші;
- висока плата за оренду місця встановлення автомата.

Торговельні автомати як засіб ведення торгівлі є дуже цікавим та прибутковим бізнесом, який має достатню кількість переваг та деяких недоліків.

У бухгалтерському обліку торгівля товарами та надання послуг через автомати або вендинг здійснюється через реєстратор розрахункових операцій (РРО), який в автоматичному режимі здійснює видачу за готівкові кошти або з використанням платіжних карток, жетонів і т. ін. товарів і забезпечує відповідний облік їх кількості та вартості. Це регламентується ст. 2 Закону України «Про застосування реєстраторів розрахункових операцій у сфері торгівлі, громадського харчування та послуг» від 06.071995 № 265/95-ВР [4].

При використанні торговельних автоматів важливе значення має порядок визначення виручки за реалізовані товари та її оприбуткування в касі підприємства. У загальному вигляді оприбуткуванням готівки в касі вважають здійснення підприємством обліку готівки у повній сумі її фактичного надходження з оформленням цієї операції в установленому порядку прибутковим касовим ордером та відображенням у касовій книзі в день одержання підприємством готівкових коштів.

У бухгалтерії товари, що передані для продажу через автомати, бажано обліковувати окремо від товарів, що продаються через магазини. Через це використовують додаткові субрахунки або окремі аналітичні рахунки у складі субрахунку 282 «Товари в торгівлі».

Відображення в бухгалтерському обліку реалізації товарів через торговельні автомати наведено у табл. 1.

Таблиця 1

Облік реалізації товарів через торговельні автомати

Зміст господарської операції	Дебет	Кредит	Сума, грн
1. Оприбутковано товар, одержаний оператором від постачальника (50 од. × 4,20 грн без ПДВ)	2821	631	210
2. Відображено суму податкового кредиту з ПДВ	641	631	42
3. Відображено суму торгової націнки	2821	285	90
4. Вилучено виручку з торговельного автомата й оприбутковано в касу (40 од. × 6,00 грн з ПДВ)	301	702	240
5. Відображено податкове зобов'язання з ПДВ у сумі виручки від реалізації товару	702	641	40
6. Списано торговельну націнку	285	2821	72
7. Списано собівартість реалізованого товару	902	2821	168

Для контролю за рухом і реалізацією товарів через автомати оператор періодично складає і подає до бухгалтерії «Товарний звіт», до якого додає всі прибуткові та видаткові виправдні документи. У цьому звіті наводяться дані про рух товарів, залишки (на початок і кінець звітного періоду), надходження, реалізація та інше списання [5].

Однією з особливостей є те, що, якщо торговий автомат використовують для продажу товарів у вечірній (нічний) час, вихідні та святкові дні, коли бухгалтерія підприємства не працює, одержана підприємством за цей час готівка вважається оприбуткованою в його касі, якщо вона проведена через РРО в день її фактичного надходження і не пізніше наступного робочого дня здана в його касу та оформлена в установленому порядку прибутковим касовим ордером з відповідним записом у касовій книзі підприємства [1].

Матеріально відповідальні особи, які відповідно до посадових обов'язків відповідають за забезпечення роботи автоматів, зобов'язані:

- щоденно проводити вилучення готівки з торговельних автоматів;
- при вилученні готівки з автомата відобразити її у Книзі обліку розрахункових операцій (КОРО);
- здати виручку в касу підприємства з оформленням прибуткового касового ордера і відображенням у касовій книзі.

Товари для торговельних автоматів оператор може отримувати як безпосередньо від постачальників, так і зі складу свого підприємства. У бухгалтерії товари, передані для продажу через автомати, бажано обліковувати окремо від товарів, що продаються через магазини.

В аналітичному обліку використовують субрахунок 282 «Товари в торгівлі». Для контролю за рухом і реалізацією товарів через автомати оператор періодично складає і подає до бухгалтерії «Товарний звіт», до якого додає всі прибуткові та видаткові виправдні документи [5].

Господарюючий суб'єкт, що здійснює торгівлю з використанням торговельних автоматів, повинен мати документи на всі товари, що реалізуються [3].

Відсутність у реєстрі РРО торгових автоматів робить неможливим їх використання підприємствами та підприємцями. За одним винятком, коли підприємці працюють за спрощеною системою оподаткування. Згідно з п. 9.6 Закону України «Про застосування реєстраторів розрахункових операцій» реєстратори розрахункових операцій та розрахункові книжки не застосовуються при продажу товарів (наданні послуг) фізичними особами-підприємцями, які відносяться відповідно до Податкового кодексу України до груп платників єдиного податку, що не застосовують реєстратори розрахункових операцій [4].

Торгівля через автомати являється досить простим видом діяльності, яка з'явилася в Україні не так давно, але вендинг має свої особливості. Для того щоб отримувати прибуток від такої діяльності, суб'єкт господарювання має насамперед ознайомитися з перевагами та недоліками вендингового бізнесу. Адже вартість найманої робочої сили з кожним роком зростає, а електроніка дешевшає. Торговий апарат забезпечує високу якість обслуговування покупців. Але всі ці перспективи можуть реалізуватися лише за однієї умови: торговельні автомати повинні бути в державному реєстрі РРО, а таких торгових автоматів поки що в Україні немає.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Пасенко Н. С.

Література: 1. Бухгалтерський облік у галузя економіки [Електронний ресурс] // Навчальна бібліотека студента. – Режим доступу : http://bookb.net/book_buhgalterskij-oblk-u-galuzya ekonomki._670_page_126. **2.** Дослідження та аналіз розвитку ринку вендингової торгівлі [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://poglyad.com /students/item-24906. **3.** Маляревський Ю. Д. Облік у галузях виробництва та послуг : навч. посіб. / Ю. Д. Маляревський, М. С. Горяєва, Н. С. Пасенко. – Харків : Вид-во ХНЕУ, 2012. – 400 с. **4.** Про застосування реєстраторів розрахункових операцій у сфері торгівлі, громадського харчування та послуг [Електронний ресурс] : Закон України від 06.071995 № 265/95- ВР. – Режим доступу : http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/265/95-%D0%B2%D1%80. **5.** Атамас П. Й. Бухгалтерський облік у галузях економіки : навч. посіб. / П. Й. Атамас. – Київ : Центр учб. літ., 2006. – 237 с.

ВИЗНАЧЕННЯ ПОНЯТТЯ ФІНАНСОВОГО СТАНУ ПІДПРИЄМСТВА

УДК 001.11

Монаршенко І. М.

Студент 4 курсу
факультету обліку і аудиту ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Розглянуто наукові погляди вчених щодо визначення сутності поняття фінансового стану підприємства. Вказано мету оцінки фінансового стану підприємства, а також визначено її особливості та завдання для підприємства.*

Ключові слова: *ефективність функціонування, інвестиційна привабливість, оцінка фінансового стану, прогноз розвитку, фінансовий стан.*

Аннотация. *Рассмотрены научные взгляды ученых по определению сущности понятия финансового состояния предприятия. Указана цель оценки финансового состояния предприятия, а также определены ее особенности и задачи для предприятия.*

Ключевые слова: *эффективность функционирования, инвестиционная привлекательность, оценка финансового состояния, прогноз развития, финансовое состояние.*

Annotation. *In the article the scientific views of scientists to determine the nature of the concept of financial condition. The above objective assessment of the financial condition of the company, and defined its characteristics and objectives for the enterprise.*

Keywords: *efficiency, investment attractiveness, evaluation of the financial status forecast of development, financial condition.*

Розглядаючи діяльність підприємств, необхідно зазначити, що важливим завданням їх функціонування є забезпечення стабільного фінансового стану підприємства. Безпосередньо попередньою процедурою для прийняття ефективних управлінських рішень є оцінка, яка допомагає визначити стан підприємства та виявляє проблеми в його роботі.

Для розв'язання проблеми управління фінансовим станом підприємства залучено багато сучасних наукових досліджень. Але необхідно зазначити, що науковці, які проводять дослідження, не мають одностайної думки щодо чіткого визначення поняття «фінансовий стан підприємства». При дослідженні найбільшу увагу переважно зосереджують тільки на окремих його елементах, тому вивчення цієї теми є актуальним.

Поняття «фінансового стану підприємства» наведено у відповідних нормативних актах міністерств і відомств. Питання дослідження фінансового стану підприємства висвітлено у працях як вітчизняних, так і зарубіжних вчених, серед яких І. Т. Балабанов, М. І. Баканов, Ф. Ф. Бутинець, О. Ю. Верланова, І. В. Дем'яненко, К. В. Ізмайлова, В. В. Ковальов, М. Я. Коробов, Е. А. Маркар'ян, А. М. Поддєрьогін, Г. В. Савицька, М. Г. Чумаченко, Н. П. Шморгун [1].

© Монаршенко І. М., 2015

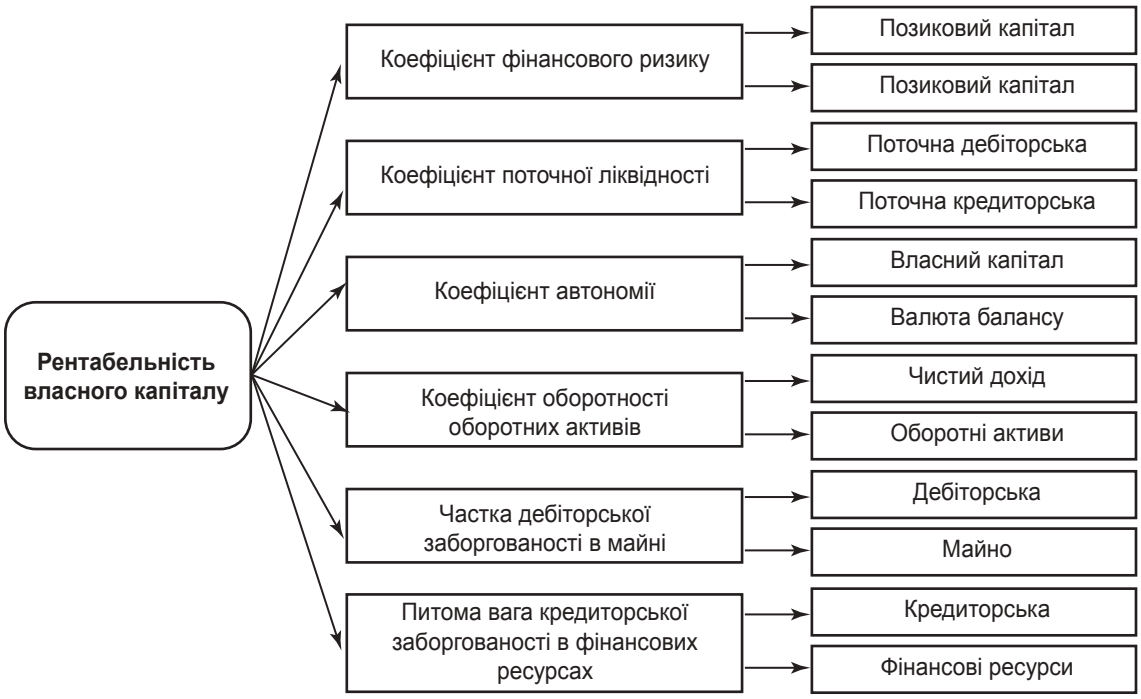


Рис. 1. **Рентабельність власного капіталу**

Метою статті є розгляд і систематизація сучасних підходів до розуміння сутності поняття «фінансовий стан підприємства» та формування на цій основі авторського розуміння цього поняття, а також ознайомлення з комплексною оцінкою фінансового стану підприємства.

Насамперед слід зазначити, що фінансовий стан виступає однією з найважливіших характеристик діяльності кожного підприємства і метою його оцінки є виявлення проблем функціонування підприємства, розробка і реалізація заходів, що спрямовані на швидке відновлення платоспроможності, та достатнього рівня фінансової стійкості, а також надання можливості підприємству продовжити свою діяльність та отримати прибуток.

Пропозиції науковців щодо визначення поняття фінансового стану в основному зводяться до трактування з урахуванням декількох окремих елементів фінансового стану підприємства, які не повністю його характеризують. У сучасних умовах господарювання підприємств важливим є врахування поряд з такими елементами, як платоспроможність, фінансова стійкість, ділова активність, що визначається, зокрема, ефективністю оборотних коштів, прибутковістю підприємства, таких як потенціал формування та повнота використання фінансових ресурсів, збалансування грошових потоків і рівень фінансового ризику.

Існує безліч трактувань та підходів до поняття фінансового стану.

А. М. Поддєрьогін та Н. П. Шморгун трактують фінансовий стан підприємства як комплексне поняття, яке є результатом взаємодії всіх елементів системи фінансових відносин підприємства, визначається сукупністю виробничо-господарських факторів і характеризується системою показників, що відображають наявність, розміщення і використання фінансових ресурсів [2].

Під фінансовим станом розуміють характеристику розміщення засобів підприємства та їх динаміки в процесі відтворення, що відображає також здатність підприємства до подальшого розвитку [3].

У деяких визначеннях особливо підкреслюється планово-контрольний аспект. Так, М. І. Баканов, А. Д. Шеремет вказують: фінансовий стан підприємств характеризує розміщення і використання засобів підприємства. Він зумовлений ступенем виконання фінансового плану і мірою поповнення власних засобів за рахунок прибутку та інших джерел, якщо вони передбачені планом, а також швидкістю обороту виробничих фондів та особливо оборотних засобів [4].

Розглянувши позицію та виходячи з поданої концепції на рис. 1 О. Ю. Верланова, поняття фінансового стану підприємства визначено як зважену структуру джерел фінансування майна підприємства, ступінь використання його активів, що дозволяють йому за умов цієї ліквідності та ризику генерувати грошові потоки, достатні для постійного відновлення операційної діяльності на заданому рівні [5].

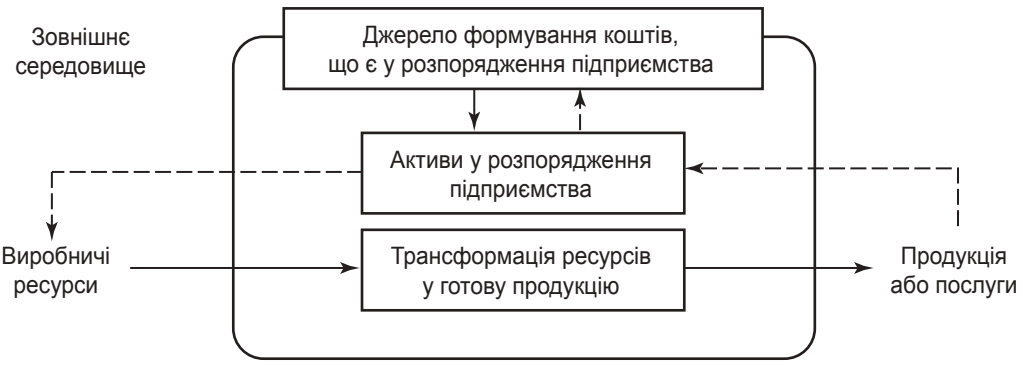


Рис. 1. **Схема діяльності підприємства з позиції формування моделі фінансового стану**

Використовуючи інший підхід для розгляду поняття фінансового стану, слід зазначити, що сутність його полягає в такому: фінансовий стан – характеристика інвестиційної привабливості підприємства, його конкурентоспроможності на фінансовому ринку [6]. Зокрема, І. Т. Балабанов визначає фінансовий стан господарюючого суб'єкта як характеристику його фінансової конкурентоспроможності (платоспроможності, кредитоспроможності), використання фінансових ресурсів і капіталу, виконання зобов'язань перед державою та іншими господарюючими суб'єктами [7].

Необхідно зазначити, що науково-теоретичні підходи вищезазначених авторів мають певні розбіжності щодо визначення категорії «фінансового стану підприємства», але, незважаючи на це, можливо виділити одне загальне поняття: фінансовий стан – це стан економічного суб'єкта, який визначає фінансову спроможність підприємства, тобто вказує на можливість забезпечення певного рівня фінансової поточної діяльності, що необхідний для ефективного функціонування підприємства.

Досить важливим є розуміння того, що фінансовий стан визначає місце підприємства в економічному середовищі, розкриває інформацію про ефективність та безкорисливість ділових відносин із потенційними інвесторами, комерційними банками, постачальниками та підрядниками. Як підприємство, так і його партнерів, цікавить не лише фактичний стан подій, але й очікуваний фінансовий стан. Разом із якісною ознакою «стійкий фінансовий стан» і бездоганною репутацією підприємства необхідно мати науково обґрунтовану кількісну узагальнюючу оцінку фінансового стану підприємства.

Проводячи оцінку фінансового стану підприємства, потрібно вивчити значення показників, отриманих під час аналізу фінансового стану, з точки зору відповідності їх фактичних значень нормативним для конкретного рівня підприємства та галузі, в якій воно функціонує, визначати фактори, які вплинули на величину показника у звітному періоді, та обов'язково здійснити прогноз розвитку їх величини на наступні періоди. Для цього необхідно використовувати весь комплекс методів фінансового аналізу. Фінансовий стан підприємства характеризується ступенем його прибутковості та оборотності капіталу, фінансової стійкості та динаміки структури джерел фінансування, здатності розраховуватися за борговими зобов'язаннями. Ці фактори дозволяють визначити недоліки у діяльності підприємства і шляхи їх подолання. Комплексний і систематичний підхід до фінансового стану підприємства дає можливість підприємству розвиватись у довгостроковій перспективі.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Петряєва З. Ф.

Література: 1. Загородній А. Г. Фінансовий словник / А. Г. Загородній, Г. Л. Вознюк, Т. С. Смовженко. – Київ : Знання, 2008. – 377 с. **2.** Поддерьогін А. М. Фінанси підприємств : підручник / А. М. Поддєрьогін. – 6-те вид., перероб. та допов. – Київ : КНЕУ, 2008. – 552 с. **3.** Вікнянська В. А. Фінансовий стан підприємства, його оцінка та напрями покращення [Електронний ресурс] / В. А. Вікнянська. – Режим доступу : http://intkonf.org/polonka-yus-zamorskiy-po-dovga-trachab-otsinka finansovogostanu-na-pidpriemstvi-ta-napryamki-yogo-pokraschennya. **4.** Данильчук І. В. Сутність фінансового стану підприємства та пошук управлінських рішень щодо забезпечення його ефективності [Електронний ресурс] / І. В. Данильчук. – Режим доступу : http://www.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum /Evu/2011_17_2/Danilchuk.pdf. **5.** Верланов О. Ю. Оцінка фінансового стану підприємств: питання методології та методики [Електронний ресурс] / О. Ю. Верланов. – Режим доступу : http://www.nbuv.gov.ua/ard/2008/08voypmm.zip. **6.** Партин Г. О. Фінанси підприємств : навч. посіб. / Г. О. Партин, А. Г. Загородній. – 2-ге вид., перероб. і допов. – Київ : Знання, 2009. – 379 с. **7.** Головко І. В. Економічний аналіз фінансового стану підприємства [Електронний ресурс] / І. В. Головко. – Режим доступу : http://www.nbuv.gov.ua/ard/2009/09givfsp.zip. **8.** Лахтіонова Л. А. Фінансовий аналіз суб'єктів господарювання : [монографія] / Л. А. Лахтіонова. – Київ : КНЕУ, 2001. – 387 с. **9.** Черниш С. С. Проблеми застосування методик аналізу фінансового стану на вітчизняних під-

приємствах / С. С. Черниш // Всеукраїнський науково-виробничий журнал. Інноваційна економіка. – 2012. – № 5 – С. 142–145.

МАРКЕТИНГ ТОРГОВОГО КАНАЛУ: ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ

УДК 658.821

Мороз А. О.

Студент 2 курсу
факультету обліку і аудиту ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Розглянуто маркетинг торгового каналу, його роль у поточній економічкній ситуації, а також досліджено шляхи підвищення його ефективності.*

Ключові слова: *маркетинг, торговий маркетинг, маркетинг торгового каналу.*

Аннотация. *Рассмотрен маркетинг торгового канала, его роль в текущей экномической ситуации, а также исследованы пути повышения его эффективности.*

Ключевые слова: *маркетинг, торговый маркетинг, маркетинг торгового канала.*

Annotation. *In this article considered marketing of trade, his role in the current economic situation and the way increase its effectiveness.*

Keywords: *marketing, trade marketing, marketing of trade chanel.*

Результативність проведення програм маркетингу торгового каналу залежить від ряду факторів, більшістю з яких організація спроможна дієво керувати. На ринку товарів повсякденного попиту (FMCG – Fast Moving Consumer Goods), де близько 90 % рішень про покупку приймаються споживачем безпосередньо в магазині, успіх і невдача виведення бренда, в першу чергу, залежать від його дистрибуції (представленості) в кінцевих роздрібних точках продажів.

У поточній економічній ситуації роль маркетингу каналу дистрибуції також має особливе значення у зв'язку з притаманною цьому інструменту просування можливістю приносити результат протягом короткого періоду часу і витрачати менший, порівняно із заходами ву ЗМІ, обсяг коштів. У зв'язку з цим робота щодо стимулювання ефективності товаропровідних шляхів – трейд-промоушн, або маркетинг каналів дистрибуції, грає одну з ключових ролей у системі маркетингу компаній. У статті буде розглянуто перспективи використання комплексних проектів щодо стимулювання ефективності товаропровідних шляхів виробниками споживчих товарів.

Заходи щодо забезпечення представленості бренда в роздрібних торгових точках відповідно до цільових показників, визначених на етапі постановки завдань, що стосуються марки, припускають роботу з каналом дистрибуції, основою якої є заходи торгового маркетингу. Вони будуть розглянуті у цій роботі.

Діяльність стосовно взаємодії з кінцевими споживачами має на увазі реалізацію двох напрямків:

1) здійснення заходів, спрямованих на прямий контакт із цільовою аудиторією (BTL – Below The Line);

2) проведення заходів, спрямованих на непрямий контакт із цільовою аудиторією (ATL – Above The Line).

BTL включає в себе стимулювання збуту шляхом впливу на кінцевого покупця, трейд-маркетинг, мерчандайзинг, розміщення рекламних матеріалів у місцях продажів, директ-маркетинг, використання CRM-програм (Consumer Relation Management – управління взаєминами з клієнтами), подієвий маркетинг.

ATL приділяє увагу рекламі у пресі, на транспорті, телевізійній, радіо-, зовнішній рекламі.

Комунікаційні заходи, спрямовані на взаємодію з кінцевими споживачами, необхідно проводити при рівні представленості продукції в роздрібних торгових точках, що досягає не менше 20 %, оскільки в іншому випадку реалізація акцій може спричинити виникнення негативних наслідків. Варто зазначити деякі з них.

© Мороз А. О., 2015

– бренд, програма просування якого запущена, проте його немає на полицях магазинів, може асоціюватися у споживача з маркою, постійно відсутньою в торгових точках. Модель прийняття споживачем рішення про покупку на ринку FMCG така, що він у пошуках потрібного йому продукту (бренда) звертається максимум ву трип'ять магазинів (мінімальний рівень дистрибуції при цьому повинен бути не менше 20 %);

– результативність програм просування прямо пропорційна кількісній представленості продукції. Низький рівень дистрибуції тягне за собою пряме зниження ефективності промоакцій, реалізованих із метою залучення кінцевих споживачів.

Таким чином, заходи, спрямовані на забезпечення представленості марки в роздрібних торгових точках, є ключовими в системі просування бренда. Проведені трейд-маркетингові програми мають особливе значення для ряду секторів ринку FMCG (наприклад, алкогольного і тютюнового), де набір комунікаційних інструментів законодавчо обмежений. Для досягнення найбільшої ефективності під час виведення нового продукту на ринок акції повинні бути в першу чергу спрямовані на взаємодію з тією ланкою дистрибуції, яке безпосередньо впливає на представленість продукту у роздрібній сфері.

Система торгового маркетингу каналу дистрибуції.

Формалізовано система торгового маркетингу каналу дистрибуції являє собою механізм, за якого в учасника збутового каналу для досягнення певного показника є відповідна мотивація. Мети трейд-маркетингових акцій діляться на короткострокові (інформування і підвищення обсягу продажів) і структурні (формування лояльності), в їх числі:

– збільшення обсягу продажів за рахунок зростання дистрибуції та розширення асортиментної лінійки;

– підвищення рівня представленості за рахунок зростання обсягів продажів;

– ознайомлення з продукцією учасниками каналу дистрибуції, отримання зворотного зв'язку;

– експертна оцінка товарних позицій, що користуються найбільшим попитом, здійснювана особами, що приймають рішення про закупівлю (якщо з умов акції випливає, що формувати асортимент може саме особа, що відповідає за придбання продуктів, що входять у число певних товарних позицій);

– збільшення лояльності партнерів – учасників каналу дистрибуції (для входу в роздрібні мережі, формування більшої прихильності порівняно з лояльністю до інших компаній / брендів, створення кращих торгових умов);

– залучення уваги споживачів до продукції за рахунок розширеної викладки і розміщення продукції в привабливих місцях;

– привернення уваги приймають рішення про закупівлю товару представників фірм, які не торгують цією продукцією, за рахунок відстеження викладки в магазинах конкурентів (близько 30 % немережевих роздрібних компаній виробляють моніторинг інших торгових точок, у мережевого роздробу цей показник близький до 90 %);

– збільшення кількості позицій в асортиментній матриці (дистриб'ютора або кінцевої роздрібної торговельної точки);

– поліпшення якості викладення.

Однією з ключових проблем, з якими можна зіткнутися під час проведення акцій трейд-промоушена, є перенасиченість каналів дистрибуції та подальший збут продукції за заниженими цінами, що тягне також подальше падіння продажів. Особливо ризик виникнення цієї ситуації зростає при мотивації лише однієї (першої) ланки каналу дистрибуції – великої оптової компанії без обліку та контролю подальшого руху товару. Рішенням цієї проблеми для виробника є спрямованість промоакції не на самого дилера, а на його клієнтів (більш дрібних оптових фірм, субдилерів тощо).

Далі розглянемо десять принципів успішної трейд-маркетингової акції.

1. *Постановка цілей.* Цілі акції на етапі її підготовки мають бути сформульовані чітко, щоб їх результати були вимірні, мали у своїй основі реалістичність досягнення і точний тимчасовий обрис (формулювання цілей у SMART-форматі).

2. *Призи та мотиваційний фонд.* Необхідно визначати варіанти подарунків, виходячи з цінностей цільової аудиторії (менеджерів, товарознавців, продавців), тобто приз має бути цікавий і корисний. Крім того, важливе розуміння ймовірності реального отримання подарунка. Акція не буде ефективною, якщо, наприклад, при проведенні конкурсу для товарознавців роздрібних магазинів як приз розіграти один автомобіль.

Навпаки, чайник або мобільний телефон, можливість отримання яких буде очевидна, стануть стимулом для досягнення необхідного результату.

3. *Візуалізація.* Наочне відображення умов акції, призів є однією з ключових умов організації програми. На рекламно-інформаційних носіях необхідно зображати подарунки, характеризувати умови акції. Слід макси-

мально використовувати можливості розміщення інформації для донесення її до цільової групи. Відомості слід публікувати на інтернет-сайті компанії, внутрішніх корпоративних порталах (у разі проведення мотиваційної програми для менеджерів).

4. *Нагородження переможців.* Воно має відбуватися публічно, із залученням максимальної кількості учасників акції. Це необхідно для розуміння ними того, що перемога в конкурсі реальна і досяжна Публічність у цьому випадку буде виступати і як інформаційний привід для подальших PR-кампаній.

5. *Контроль.* Необхідно контролювати процес проведення програми, нагадувати про хід її реалізації та проміжні результати (як показує практика, під час проведення подібних акцій, наприклад для торгового персоналу дистриб'ютора, через один-два тижні після запуску співробітники забувають про програму). Вручення призів має відбуватися безпосередньо представниками організатора заходу з метою недопущення виникнення ситуації, за якої подарунок не доходить до одержувача.

6. *Створення інформаційно-аналітичної бази.* Метою є оперативний контроль вимірних показників (кількість активних клієнтів, швидкість вибуття продукції, ширина асортиментної лінійки тощо), ходу програми і руху товару до його вибуття з роздробу. Для планування цільових показників необхідно проводити аудит продажів дистриб'ютора.

7. *Стислість і доступність викладу умов акції.* «П'ять пропозицій на одній сторінці», – так можна позначити формат подачі інформації про умови реалізації заходу, призи, механізм проведення та отримання подарунків. Відомості мають бути прості для сприйняття, легко запам'ятовуватись і не мати складнощі у трактуванні.

8. *Контроль вибуття товару з роздробу.* Під час проведення акцій, спрямованих на стимулювання ефективності роботи дистриб'юторів, необхідно контролювати рух товару, для того щоб уникнути виникнення ситуації наростання складських запасів у цей період. Контроль здійснюється шляхом аналізу відвантажень дистриб'ютора його клієнтам.

9. *Навчання.* Організовуючи навчання торгового персоналу дистриб'ютора під час проведення акції, впроваджуючи стандарт мерчандайзингу в роздрібній компанії силами торгових представників, необхідно акцентувати увагу саме на правилах і методах реалізації своєї продукції, а не на загальних принципах продажів і мерчандайзингу.

10. *Комплексність.* На практиці кращі показники ефективності притаманні проектам за комплексним впливом на товаропровідний шлях по ланцюжку «виробник – споживач». У цьому випадку підвищується залученість усіх учасників каналу дистрибуції, знижується ризик його перенасичення. Крім того, знижуються витрати на проведення кампанії.

Науковий керівник – викладач Кузнецов О. В.

СРАВНИТЕЛЬНАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА СИСТЕМ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА В ИТАЛИИ И УКРАИНЕ

УДК 6571(450)(477)

Морозова М.

Студент 2 курса
факультета международных экономических отношений ХНЭУ им. С. Кузнеца

Аннотация. *Рассмотрены особенности формирования и отличительные черты бухгалтерского учета в Италии. Была проведена сравнительная характеристика особенностей финансовой отчетности Италии и финансовой отчетности Украины, а также выявлены схожие и отличные их черты.*

© Морозова М., 2015

Ключевые слова: *бухгалтерский учет, финансовая отчетность, годовая отчетность.*

Анотація. *Розглянуто особливості формування та відмінні риси бухгалтерського обліку в Італії. Було проведено порівняльну характеристику особливостей фінансової звітності Італії та фінансової звітності України, а також виявлено схожі та відмінні їх риси.*

Ключові слова: *бухгалтерський облік, фінансова звітність, річна звітність.*

Annotation. *This article describes the features of the formation and the distinctive features of accounting in Italy. It contains the comparative characteristic of the features of the Italian financial reporting and financial reporting in Ukraine, and also identifies the similarities and differences.*

Keywords: *accounting, financial statements, annual reports.*

На сегодняшний день Украина находится на пути евроинтеграции, что означает, что в ближайшем будущем ее ожидает достаточно много существенных и значимых изменений, в том числе и в сфере бухгалтерского учета. Поэтому целесообразно проанализировать различия бухгалтерского учета в Украине от стандартов бухгалтерского учета в европейских странах на примере Италии. Изучением особенностей системы бухгалтерского учета в Италии ранее занимались такие ученые, как Н. Наумова, Я. Соколова, В. Маздорова, Л. Пачоли, Дж. Чербони, Д. Манчини.

Как известно, Италия является страной, в которой началась история бухгалтерского учета как науки и ее развитие, а также именно здесь Л. Пачоли был сформулирован метод двойной записи. Сам по себе бухгалтерский учет представляет собой систему непрерывного наблюдения и контроля над хозяйственной деятельностью организации или компании.

Целью данной работы является изучение особенностей ведения и развития системы бухгалтерского учета в Италии, а также выявление как схожие черт, так и различных в сравнении ее с украинской системой.

Объектом исследования в данной работе является бухгалтерский учет Италии и Украины.

Предмет исследования – особенности и развитие системы бухгалтерского учета в Италии, а также ее сравнение с системой бухгалтерского учета в Украине.

Во времена правления во Франции Наполеона на территории Италии был принят Коммерческий кодекс как основной законодательный документ. На тот момент он обязывал каждого торговца вести журнал всех произведенных им хозяйственных операций. Данный кодекс переиздавался несколько раз. Второе его издание гласило, что полное и правдивое отражение всех финансовых результатов деятельности компаний является основным принципом ведения бухгалтерского учета. А третье издание содержало в себе требования относительно предоставления данных и оценки статей отчетности.

После внедрения данного Кодекса в Италии в 1974 году в ходе реформы право надзора и контроля над процессом предоставления отчетности было передано Национальной комиссии по компаниям и биржам (НККБ) [2].

Огромное влияние на процесс ведения бухгалтерского учета в Италии оказывает налоговое законодательство. Именно на него в своей работе ориентируются бухгалтеры. Также должное внимание уделяется соблюдению законодательных требований в процессе формирования финансового отчета, так как по его данным в дальнейшем определяется размер налогов, взымаемых с компаний.

Однако в 1990-х произошла еще одна реформа в сфере бухгалтерского учета в Италии. Необходимость в ней была вызвана тем, что нужно было следовать требованиям Директив ЕС относительно принципов и форм отчетности.

Бухгалтерскому учету в Италии присущи несколько противоречивые, но при этом характерные особенности. Прежде всего, стоит выделить консервативный характер учета и наличие тесной связи с налоговым законодательством. Одной из причин такой особенности является преобладание малых и средних предприятий. Также практически все они представляют собой закрытые акционерные общества, которые не предполагают вмешательства внешних инвесторов в их деятельность, а тем более в контроль над ней.

Интересно, что банки в основном не берут во внимание бухгалтерскую отчетность компании в процессе вынесения решения относительно кредитования той или иной компании. Это означает, что в основном бухгалтерская отчетность предназначена для фискальных органов. А в Украине, наоборот, банки в какой-то степени все же опираются на проверки данных бухгалтерского и оперативного учетов.

Что касается развернутости предоставленной информации в отчетности, то в Италии она очень незначительна, несмотря на официальные требования, относительно глубины ее раскрытия. При составлении бухгалтерской отчетности компании бухгалтера стараются отражать как можно меньшую прибыль с целью снижения оплачиваемых налогов. В Италии данная отчетность составляется в основном с целью соответствия требованиям законодательства, а не с целью управления и контроля над деятельностью фирмы. Для этого у них есть отдельные систе-

мы счетов, которые способствуют сбору и обработке всей необходимой информации для принятия собственных управленческих решений.

Для Украины характерно фактически такое же отношение к ведению бухгалтерской отчетности, так как в отчетах украинских предприятий довольно часто фигурируют пропуски, не дающие полной необходимой информации. Также нередким явлением стало представление в отчетности откровенно неправдивой информации и данных, что делает ее дезориентирующей и несовершенной. И, как следствие, возникает проблема толкования (трактовки) финансовой отчетности отдельными бухгалтерами и государственными органами [1].

После вступления Италии в ЕС были введены требования международных стандартов относительно предоставляемой компаниями отчетности. В соответствии с этими требованиями годовая отчетность компании может состоять из: бухгалтерского баланса, отчета о прибылях и убытках, пояснительной записки, операционного отчета (отчета о текущей деятельности), отчета внутренних аудиторов, о движении капитала и о движении денежных средств, отчета президента компании, доклада совета директоров и аудиторского заключения. Из них только первые пять документов являются обязательными для всех открытых акционерных обществ, а для малых предприятий – лишь первые три. Остальная отчетность обязательна только для некоторых категорий компаний [2].

Что касается Украины, то отчетность страны включает: баланс (отчет о финансовом состоянии), отчет о финансовых результатах (отчет о совокупном доходе), отчет о движении денежных средств (по прямому методу и по косвенному), отчет о собственном капитале и примечания к годовой финансовой отчетности. Для малых предприятий также обязательны только первые две формы – баланс и отчет о прибылях и убытках [3].

В Италии ставка налога на прибыль компании составляет 37 %, однако если компания функционирует только за счет собственных средств и не пользуется займами, то размер данной ставки может снизиться на 10 %, то есть он составит 27 %. Также параллельно каждая компания вынуждена платить еще и местный налог, который равен 4,25 % от величины добавленной стоимости, не включающей расходы на оплату труда [4]. В Украине же ставка на прибыль компаний составляет 18 %, что значительно меньше, чем в Италии [5].

Также в Италии при оценке запасов используется всегда наименьшая из цен покупки и продажи. В Украине запасы всегда отражаются по первоначальной стоимости, которая зависит от способа поступления запасов на предприятие.

Проанализировав в данной работе системы бухгалтерского учета двух стран – Украины и Италии и сравнив их, можно сделать следующий вывод. Представленные системы имеют как схожие черты, так и различия, однако в целом у них довольно много общего. Поскольку Украина сейчас находится на этапе евроинтеграции, то, скорее всего, после ее вступления в Европейский Союз ей придется воспользоваться опытом Европейских стран и адаптировать свою систему бухгалтерского учета к международным стандартам, что, соответственно, потребует немало усилий. Именно поэтому проведение сравнительного анализа такого рода является довольно актуальным на сегодняшний день.

Научный руководитель – канд. экон. наук, доцент Часовникова Ю. С.

Литература: 1. Ведение бухгалтерского учета в Украине – ключевые проблемы [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://www.accounting-ukraine.kiev.ua/buhuchet_ukraine.html. **2.** Бухгалтерский учёт в зарубежных странах : учеб. пособие / Л. А. Жарикова, Н. В. Наумова. – Тамбов : Изд-во Тамбов. гос. техн. ун-та, 2008. – 160 с. **3.** Стандарт бухгалтерского учета 1 "Общие требования к финансовой отчетности" (Новые формы №1 -5, Приказ Минфина №73 от 07.02.2013 г. [Электронный ресурс]. Режим доступа : http://minfin.com.ua/taxes/-/bo_standart.html. **4.** Налоговые системы зарубежных стран : учеб. пособие / В. А. Водопьянова, Т. В. Терентьева. – Владивосток : Изд-во ВГУЭС, 2004. – 175 с. **5.** Податковий кодекс України : Закон України від 02.12.2010 № 2755-VI. – Режим доступу : http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/2755-17.

ОСОБЛИВОСТІ ІСЛАМСЬКОЇ МОДЕЛІ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ

УДК 657:28

Нгуєн Біч Хонг

Студент 3 курсу
факультету міжнародних економічних відносин ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Досліджено особливості системи бухгалтерського обліку в мусульманських країнах. Вивчено вплив релігії, норм Корану і Шаріату на діяльність суб'єктів бухгалтерського обліку. Описано ряд об'єктів ісламської облікової науки та їх особливості. Проаналізовано підходи до бухгалтерської звітності, сформовані під впливом ісламської економіки та мусульманського права.*

Ключові слова: *бухгалтерський облік, ісламська модель обліку, об'єкти ісламського бухгалтерського обліку, фінансові інструменти, баланс.*

Аннотация. *Исследованы особенности системы бухгалтерского учета в мусульманских странах. Изучено влияние религии, норм Корана и Шариата на деятельность субъектов бухгалтерского учета. Описаны объекты исламской учетной системы и их особенности. Проанализированы подходы к бухгалтерской отчетности, сформированные под влиянием исламской экономики и мусульманского права.*

Ключевые слова: *бухгалтерский учет, исламская модель учета, объекты исламского бухгалтерского учета, финансовые инструменты, баланс.*

Annotation. *The peculiarities of the Islamic accounting system were examined in the article. The author has figured out the influence of religion, the Koran and the Sharia on the countries' accounting activities. There are descriptions and characteristics of a number of objects of the Islamic accounting in the article and analysis of accounting statements, which are created with the influence of Islamic Economics and law.*

Keywords: *accounting, Islamic accounting model, objects of Islamic accounting, financial instruments, balance.*

Ісламська модель бухгалтерського обліку орієнтована на те, щоб забезпечити соціальну справедливість і економічно ефективний розвиток суспільних відносин. Ця система бухгалтерського обліку висунула особливі підходи до формування організаційно-методичних положень. Метою роботи є дослідження особливостей та організаційно-методичних положень ісламської моделі в контексті складності самої системи бухгалтерського обліку та її залежності від змін зовнішнього середовища.

Функціонування середовища системи бухгалтерського обліку у країнах, які проповідують іслам, будується на тому, що аспекти ісламської економічної системи зумовили створення характерних господарських і фінансових інститутів, формування особливих економічних технологій, які зажадали в подальшому розробки нових принципів ведення бухгалтерського обліку. Масштабний вплив економічної системи мусульманських держав на економічний стан інших, зокрема України, визначають актуальність цієї наукової роботи.

Предметом дослідження є вплив релігійних цінностей на ісламську модель бухгалтерського обліку. Об'єктом є методичні положення та елементи структури бухгалтерського обліку в мусульманських країнах.

В ісламській економічній системі виникло ісламське страхування (такафул), безвідсоткове фінансування в банках країн ісламу, сплата в податковій системі релігійного податку під назвою «закят», що є обов'язковою для всіх. Це призвело до появи нових підходів до об'єктів обліку, особливих методик обліку, оцінки активів і зобов'язань із метою нарахування та сплати релігійного податку.

Бухгалтерський облік в ісламських країнах формувався і під впливом релігії, і під впливом зовнішніх факторів. Механізм формування такого бухгалтерського обліку є ідеальною моделлю, оскільки не включає зовнішньоекономічні фактори.

Розвиток великої кількості міжнародних зв'язків вимагає стандартизації бухгалтерського обліку як міжнародної мови бізнесу. Ось чому в ряді мусульманських країн відзначається подібність ісламської і англо-американської облікових моделей, що свідчить про подвійність ісламського бухгалтерського обліку. З одного боку, система бухгалтерського обліку у країнах зони поширення ісламу, обстоювана його захисниками, протиставлена західній моделі обліку, з іншого – сучасна ісламська практика в бухгалтерському обліку трохи відрізняється від процесу ведення бухгалтерського обліку у промислово розвинених країнах [1].

Теоретики ісламського бухгалтерського обліку, до яких можна віднести С. Рахмана, Н. Байрона, доводять, що в Корані та Сунні закріплені положення, що визначають переконання і релігійні погляди мусульманина. А також

© Нгуєн Біч Хонг, 2015

ці положення описують точне нарахування закята, економічну діяльність, що не порушує заборони риба (позичання грошей під відсотки), соціальну відповідальність, повне розкриття інформації [2].

В ісламському бухгалтерському обліку розроблені нові класифікації активів і пасивів. Вважається, що це дозволить найбільш точно здійснювати нарахування закята. Для повного розуміння особливостей бухгалтерського обліку в ісламських країнах необхідно розглянути всі елементи структури системи обліку.

Зокрема, в мусульманських країнах на формування облікових знань працівника, бухгалтера впливає віросповідання. Внаслідок цього всі дії суб'єкта бухгалтерського обліку відповідають нормам шаріату як основного закону мусульман. Таким чином, всі дії виконуються лише в рамках дозволу ісламом, в рамках «хала» [3].

Наступний невід'ємний елемент системи бухгалтерського обліку – об'єкт, який безпосередньо пов'язаний із суб'єктом організації та ведення бухгалтерського обліку. Кожний вид об'єктів бухгалтерського обліку у країнах поширення ісламу має ряд особливостей (рис. 1).

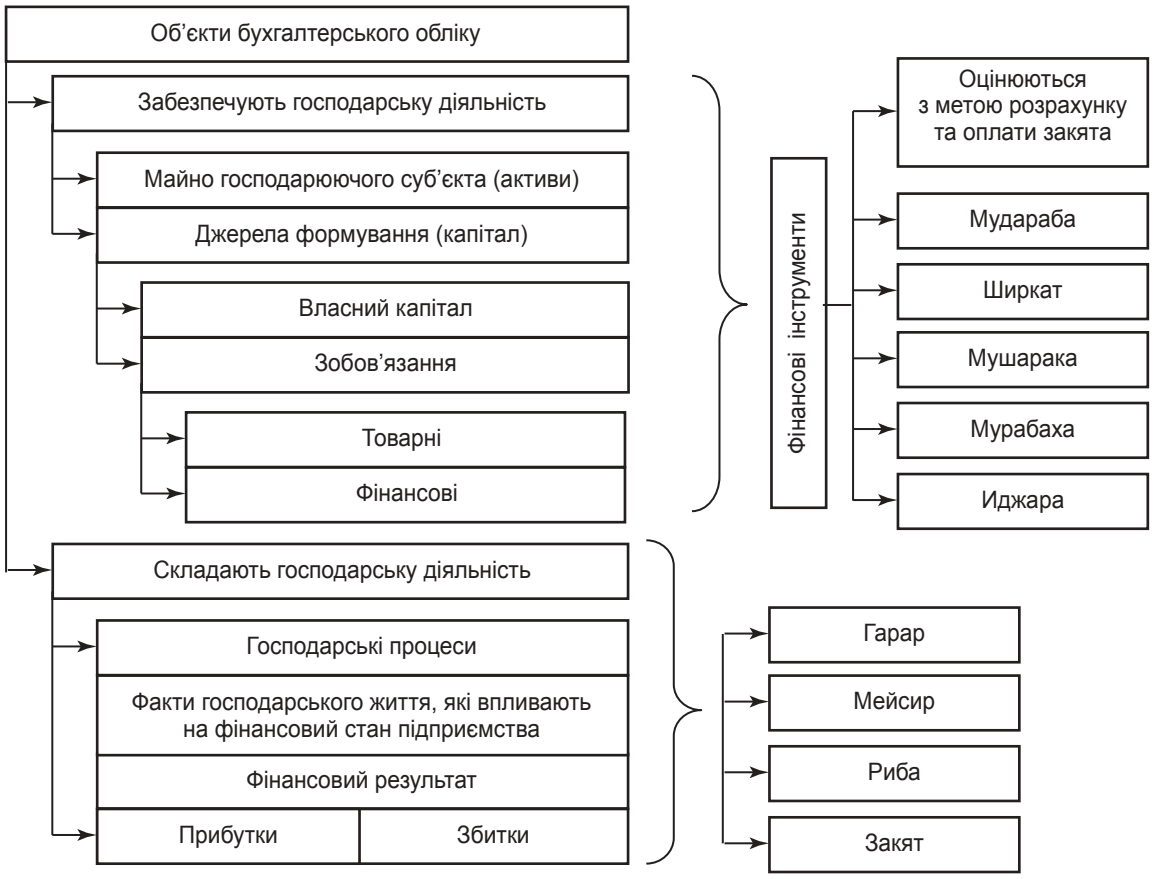


Рис. 1. **Склад об'єктів бухгалтерського обліку в мусульманських країнах**
(узагальнено автором [4])

Поняття, характерні ісламській економіці:

1. Мудараба – колективне пайове підприємство, в якому один із інвесторів обов'язково є ісламським банком. Власне, він вкладає в загальне підприємство «мудараба» фінансові кошти; інші інвестори вкладають тільки власну працю і знання.

Зароблений прибуток інвестори ділять відповідно вкладеним часткам, але можливі фінансові збитки при мудараба несе тільки банк, беручи на себе частину ризику підприємства;

2. Ширкат – сільськогосподарський кооператив;

3. Мушарака – спільне пайове підприємство, в якому інвестори здійснюють вкладення в складчину і ділять між собою отримані прибутки або збитки відповідно до розміру паю кожного учасника;

4. Мурабаха – торгова угода, в якій продавець прямо вказує витрати, понесені ним на продавані товари, і продає їх іншій особі (покупцеві) з націнкою до первісної вартості, заздалегідь відомою покупцеві;

5. Іджара – вид інвестиційної діяльності;

6. Риба – незаконний приріст певних товарів при укладанні угоди;

7. Гарар – спекулятивний ризик;

8. Мейсір – заборона чистої спекуляції або азартних ігор, тобто отримання прибутку без зусиль [5].

У цій схемі можна виділити такі особливості об'єктів бухгалтерського обліку:

1. Майно суб'єктів господарювання для цілей сплати закята оцінюється за ринкової вартості і класифікується відповідно до ставки податку. Тому найважливішою формою звітності у країнах поширення ісламу є баланс. В ньому вказується все майно, яким володіє підприємство. Відповідно до теорії власника, що є основою в ісламській обліковій моделі, допускається одночасне перебування у власності власника як активів, так і зобов'язань, що практично означає формування прибутку на базі підходу «активи – зобов'язання».

Саме тому необхідно фокусувати свою увагу на балансі як формі звітності, що забезпечує потреби мусульманина [2]. Надання переваги балансу як форми звіту в ісламських країнах сприяє справедливому розподілу прибутку між власниками відповідно до наявних активів і зобов'язань;

2. Джерела формування майна підприємства в ісламських країнах відносяться до впровадження ісламських фінансових інструментів, яке пов'язане із забороною нарахування та сплати відсотків (риба);

3. При втіленні в життя певних господарських процесів на підприємстві управління має дотримуватися основних економічних принципів, що дозволяють здійснювати господарські та фінансові операції за типом розроблених фінансових інструментів;

4. Фінансові результати діяльності визначаються для подальшого розподілу прибутку і задоволення певних соціальних потреб.

В ісламських країнах розроблені особливі форми фінансової звітності (звіт про додану вартість). Для управління підприємством необхідна повна і відповідна інформація, що формується в системі бухгалтерського обліку. Для задоволення потреб управління у відповідній інформації відбувається зміна бухгалтерської звітності. Саме цей фактор посприяв тому, що в ісламському бухгалтерському обліку сформувалися свої підходи до бухгалтерської звітності. Сюди відноситься орієнтація на баланс, бо необхідно показати стан майна підприємства з метою нарахування закята; необхідність відображення розподілу фінансового результату з метою забезпечення виконання принципу соціальної справедливості ісламської економіки; відображення екологічних активів для забезпечення розвитку екологічно орієнтованої економіки. Особливим підходом також є підхід до оцінки об'єктів бухгалтерського обліку, які з метою сплати закята повинні оцінюватися за ринковою вартістю.

Оскільки зовнішнє середовище в мусульманських країнах мало значний вплив, у бухгалтерському обліку виникли такі особливості:

1. Орієнтація на баланс, що, в свою чергу, взаємопов'язане з необхідністю сплати закята, тому що базою нарахування податку є майно, а не результат господарської діяльності;

2. Застосування особливої форми звітності про результати діяльності. В європейській практиці це звіт про прибутки і збитки, в українській – звіт про фінансові результати, в мусульманській – звіт про додану вартість. Особливість цього звіту в тому, що в звітності містяться напрями розподілу фінансового результату на соціальні та інші цілі.

Таким чином, нами виявлено залежність елементів системи бухгалтерського обліку від зовнішнього середовища на прикладі мусульманських країн шляхом визначення об'єктів ісламського бухгалтерського обліку, особливостей діяльності суб'єктів організації та ведення бухгалтерського обліку, а також розглянуто, які підходи до бухгалтерської звітності сформувалися в країнах поширення ісламу. У той же час необхідно підкреслити, що ісламська модель бухгалтерського обліку знаходиться на етапі свого становлення, тому деякі її особливості, які були виділені в роботі, поки ще не знайшли свого практичного застосування в ісламському обліку.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Часовнікова Ю. С.

Література: 1. Євдокімов В. В. Розвиток теоретико-методологічних основ ісламської моделі бухгалтерського обліку / В. В. Євдокімов, Д. А. Гріцишен // Міжнародний бухгалтерський облік. – 2012. – № 20. – С. 53–64. **2.** Умаров Х. С. Основні методи обліку у світі / Х. С. Умаров // Аудитор. – 2013. – № 6. – С. 30–35. **3.** Умаров Х. С. Конвергенція ісламських стандартів бухгалтерського обліку та МСФО // Финансовый бизнес. – 2013. – № 3. – С. 68–71. **4.** Євдокімов В. В. Ісламська економічна доктрина як середовище формування та розвитку ісламської моделі бухгалтерського обліку / В. В. Євдокімов, Д. А. Гріцишен // Міжнародний бухгалтерський облік. – 2012. – № 29. – С. 57–64. **5.** Основні принципи здійснення банківських операцій відповідно з Ісламським правом [Електронний ресурс] // Ісламські фінанси і бізнес в Росії : інформ.-аналіт. вид. – Режим доступу : http://islamic-finance.ru/board/8-1-0-11.

СОВРЕМЕННЫЕ МОДЕЛИ УЧЕТА В ЗАРУБЕЖНЫХ СТРАНАХ

УДК 675:330.44(477)

Недавняя А. В.

Студент 3 курса
факультета международных экономических отношений ХНЭУ им. С. Кузнеца

Аннотация. *Исследованы современные модели учета в зарубежных странах и приведены существующие классификации моделей учета; рассмотрены возможности применения данных моделей в современных украинских реалиях, исследованы особенности каждой предложенной модели.*

Ключевые слова: *модели бухгалтерского учета, система учета, экономическая модель, классификация моделей учета, МСФО, GAAP.*

Анотація. *Досліджено сучасні моделі обліку в зарубіжних країнах і наведено класифікації моделей обліку; розглянуто можливості застосування даних моделей у сучасних українських реаліях, досліджено особливості кожної запропонованої моделі.*

Ключові слова: *моделі бухгалтерського обліку, система обліку, економічна модель, класифікація моделей обліку, МСФЗ, GAAP.*

Annotation. *In the article the modern model of accounting in foreign countries, and given the existing classification of accounting models, the possibilities of application of these models in modern Ukrainian reality investigated the characteristics of each of the proposed model.*

Keywords: *model of accounting, accounting system, economic of model, classification models accounting, IFRS, GAAP.*

Стремительное развитие мировой экономики и интернационализация предпринимательской деятельности привели к формированию схожих способов ведения бухгалтерского учета в странах, которые имеют много общего в своем историческом развитии и в способах ведения бизнеса. Это определяет актуальность данного исследования. Целью данной работы является анализ классификаций существующих моделей учета в зарубежных странах, исследование самих моделей применительно к Украине. Объектом данной работы являются модели бухгалтерского учета, а предметом – процессы функционирования данных моделей.

Изучением классификации моделей учета и их особенностей занимались такие ученые, как Мюллер Г., Гернон Х., Мик Г., Ноубс К., Федосова Т., Гурьева Е., Клебеева Р., Егорушкина Т. и др.

Большинство ученых разделяют модели учета на англо-американскую, континентальную и латиноамериканскую [1]. Некоторые исследователи выделяют исламскую и интернациональную модели. Классификация всех существующих моделей представлена в табл. 1.

Таблица 1

Классификация современных моделей бухгалтерского учета

Название модели	Страны, использующие данную модель
Англо-американская	Великобритания, ЮАР, Новая Зеландия, Австралия, Ирландия, США, Канада, Япония, Мексика, Филиппины и др.
Континентальная	Австрия, Бельгия, Греция, Дания, Египет, Испания, Италия, Норвегия, Португалия, Франция, Германия, Швейцария, Швеция, Япония, Алжир и др.
Латиноамериканская	Аргентина, Боливия, Бразилия, Гайана, Парагвай, Перу, Уругвай, Чили, Эквадор
Исламская	Страны, в которых исповедуется ислам
Интернациональная	Используется корпорациями различных стран

Составлено автором на основании [1; 2]

Такое разнообразие моделей прежде всего обусловлено различием в способах ведения бизнеса в каждой отдельной группе стран, использующих данные модели. В свою очередь, только в некоторых странах можно наблюдать абсолютное соблюдение используемой модели. В большинстве случаев страны придерживаются лишь общих принципов учета модели, адаптируя ее под свои особенности [3].

© Недавняя А. В., 2015

Однако, как не существует единой модели учета, так и не существует единой классификации данных моделей. Так, некоторые исследователи придерживаются следующей классификации систем учета, которая была предложена К. Ноубсом [1]. Данная классификация интересна тем, что она обобщает системы различных стран не в модели по географическому и историческому признаку, а по принципу подчиненности экономическим целям.

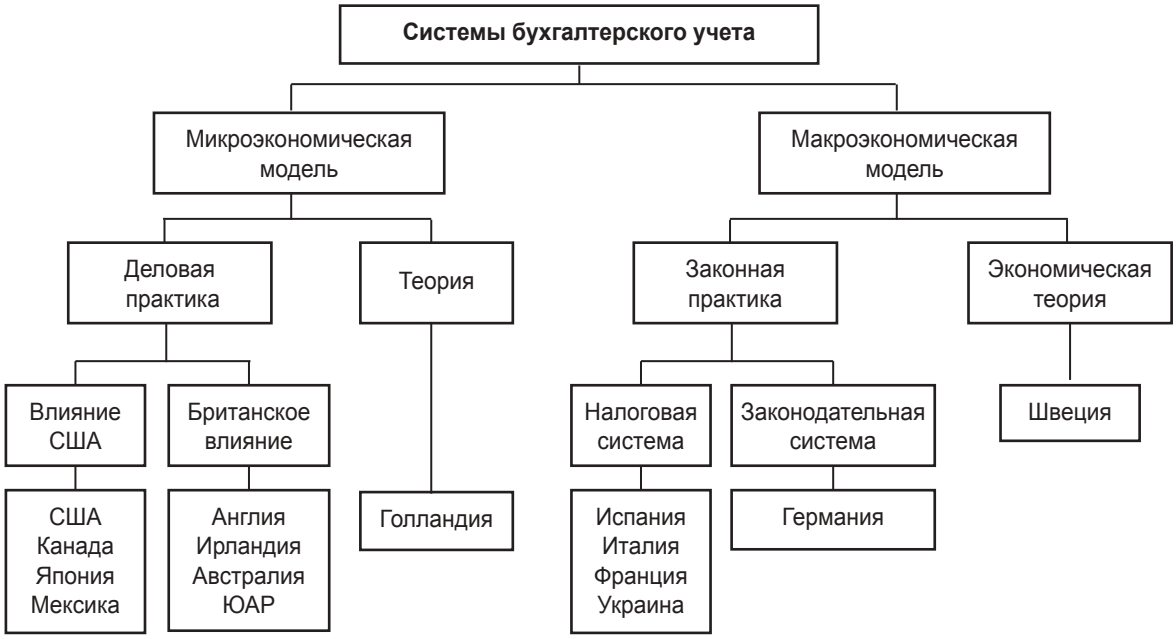


Рис. 1. **Классификация систем учета по экономическим моделям**
(адаптировано автором на основании [2])

Например, такие страны, как США и Великобритания, относятся к микроэкономической модели, ведь в учете данных стран приоритетными являются интересы акционеров предприятий, а такие страны, как Франция или Германия, относятся к макроэкономической модели, так как учет в данных странах ориентирован на интересы государства и строго регламентирован.

Особенностью англо-американской модели является разделение стран на две категории: те, кто придерживаются стандартов, основанных на МСФО (Англия, Австралия, Ирландия, ЮАР), и те, кто придерживаются стандартов, основанных на GAAP (США, Канада, Мексика, Филиппины). Голландия также относится к этой модели, хотя государственные стандарты учета данной страны не являются обязательными к исполнению и несут информативный характер [3]. Основными принципами этой модели являются направленность на защиту интересов акционеров и инвесторов, доминирующим является принцип достоверности, использование принципа учета по первоначальной стоимости, унифицированность отчетности, что позволяет сравнивать между собой деятельность предприятий из различных отраслей.

В странах, применяющих такую модель, хорошо развит рынок ценных бумаг, участники которого нуждаются в достоверной информации для определения своих дальнейших действий. Следовательно, полнота освещения данных, их достоверность, возможность легко сравнить отчетность предприятий различных сфер деятельности, высокий уровень квалификации бухгалтеров, составляющих отчетность, являются основными преимуществами этой модели. Так как в первую очередь учитываются интересы внешних инвесторов, можно сделать вывод о второстепенности роли государства в учете. Это может быть одним из недостатков данной модели.

Континентальная модель учета применяется в ряде европейских стран, франкоязычных странах африканского континента, Японии, где основными источниками финансов для предприятия являются банки, поэтому информация раскрывается не настолько полно и достоверно, что обусловлено меньшей актуальностью общедоступной информации для банков, обычно принимающих участие в управлении предприятиями, которые они кредитуют [2]. Интересы государства являются приоритетными, поэтому предприятия вынуждены готовить детальную финансовую отчетность [1]. Эту модель характеризуют наличие единого государственного Плана счетов, строгая регламентированность законодательством, учет как интересов государства, так и интересов кредиторов.

К основным преимуществам данной модели можно отнести строгую регламентированность учета, соблюдение принципа «разрешено то, что разрешено», детальность предоставляемой отчетности. К негативным особенностям следует отнести то, что данные отображаются не настолько полно, насколько они отображаются в англо-американской модели учета. Также страны, использующие эту модель, часто специализируются на создании скрытых резервов.

Латиноамериканская модель учета характерна для стран Латинской Америки, экономика которых, в первую очередь, характеризуется высокими темпами инфляции. Ей присущи ориентированность на интересы государства, унифицированность и простота отчетности, наличие корректировки на инфляцию.

Основным преимуществом такой модели является соответствие государственным требованиям и четкое исполнение возложенных на нее ожиданий – отражение инфляционных процессов [2].

Исламская модель учета используется в странах Аравийского полуострова и других странах, где ислам является государственной религией. От других существующих моделей ее отличают социальная направленность бухгалтерского учета, полное раскрытие информации, огромное влияние на бухгалтерский учет норм шариата, использование рыночных цен при оценке активов и пассивов.

Высокая религиозность стран, использующих данную модель, является предпосылкой к тому, что предоставляемая отчетность является максимально достоверной и прозрачной. Также для стран с исламской моделью учета характерен запрет на некоторые виды деятельности и получение спекулятивного доходах [4; 5]. К недостаткам этой модели можно отнести отсутствие единых стандартов учета.

Самой последней сформировалась интернациональная модель учета, так как корпорациям различных стран стал необходим постепенный переход к использованию модели, которая учитывала бы и стандарты международной отчетности, и стандарты учета страны, где размещено предприятие. Поэтому логично было бы предположить, что интернациональная модель не может быть использована какой-либо конкретной страной, а применима только для транснациональных корпораций.

Украину относят к странам, использующим континентальную модель учета. Однако принципы некоторых других моделей также могут быть применены. Например, в связи с нестабильной экономической ситуацией в стране целесообразно было бы ввести корректировку на темпы инфляции по примеру латиноамериканской модели. Использование англо-американской модели учета может быть затруднено прежде всего из-за ориентированности украинского учета на интересы государства, а не на интересы акционеров и инвесторов. Применение же исламской модели невозможно в связи с запретом на некоторые виды деятельности в странах, использующих данную модель.

Стремление приблизить украинские стандарты учета к стандартам МСФО дает возможность применения интернациональной модели учета для некоторых компаний, однако с учетом особенностей модели учета, применяемой в Украине. Это связано со строгой регламентированностью стандартов учета в Украине.

Исходя из вышесказанного, можно сделать вывод о том, что современные модели учета отличаются своим разнообразием, но основными классификационными признаками являются схожесть стран в историческом развитии, особенностях мышления и ведения бизнеса и территориальная расположенность. Ориентация Украины на ту или иную модель, как и в любой другой стране, возможна только с учетом особенностей ведения дел и должна быть регламентирована законодательством. Однако применение некоторых особенностей данных моделей стало бы интересным опытом в реформировании бухгалтерского учета в Украине.

Научный руководитель – канд. экон. наук, доцент Часовникова Ю. С.

Литература: 1. Егорова Е. М. Основные модели бухгалтерского учета и анализа в зарубежных странах : учеб. пособие / Е. М. Егорова. – Волгоград : Нива, 2008. – 362 с. **2.** Федосова Т. В. Бухгалтерский учет : конспект лекций / Федосова Т.В. – Таганрог : ТТИ ЮФУ, 2007. – 211 с. **3.** Гурьева Е. Н. Сравнительный анализ моделей бухгалтерского учета, используемых в международной практике [Электронный ресурс] / Е. Н. Гурьева. – Режим доступа : http://science-bsea.narod.ru/2009/ekonom_2009_2/gurieva_sravnit.htm **4.** Клебеева Р. Ш. Исламская модель бухгалтерского учета: предпосылки возникновения и история развития / Р. Ш. Клебеева // Проблемы современной экономики. – 2014. – № 1 (49). – С. 272–278. **5.** Ларионов А. Л. Исламская модель бухгалтерского учета [Электронный ресурс] / Ларионов А. Л., Аль-Шарайрех Лжамаль Алель. – Режим доступа : http://elibrary.finec.ru /materials_files/izv/ _C.70_85_s.pdf.

МЕТОДИЧНИЙ ІНСТРУМЕНТАРІЙ ОЦІНКИ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

УДК 005.336.1:005.585

Неймирок О. Ю.

Студент 5 курсу
факультету обліку і аудиту ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Досліджено теоретичні засади та практичні положення оцінки й аналізу ефективності діяльності підприємства. Розкрито сутність таких понять, як ефект, ефективність, ефективність діяльності підприємства, виробнича ефективність. Визначено, що головним критерієм ефективного функціонування підприємства слід вважати економічну ефективність.*

Ключові слова: *ефективність, ефективність діяльності, методика, інструментарій.*

Аннотация. *Изучены теоретические основы и практические положения оценки и анализа эффективности деятельности предприятия. Раскрыта сущность таких понятий, как эффект, эффективность, эффективность деятельности предприятия, производственная эффективность. Главным критерием эффективного функционирования предприятия следует считать экономическую эффективность.*

Ключевые слова: *эффективность, эффективность деятельности, методика, инструментарий.*

Annotation. *The article is devoted to the study of theoretical foundations and practical provisions of assessment and analysis of effectiveness of company activity. It reveals essence of such notions as effect, effectiveness, effectiveness of company activity and production effectiveness. It considers economic effectiveness as the main criterion of effective functioning of a company.*

Keywords: *efficiency, efficiency of activity, method, tools.*

Актуальність дослідження. Питання розвитку та економічного зростання українських підприємств визначається сьогодні невід'ємною частиною усього процесу сприяння зростанню економічного розвитку та максимального використання потенціалу країни для підвищення рівня її конкурентоспроможності в очах світової спільноти. У зв'язку з кризою стан економіки значно погіршився, що актуалізує необхідність вирішення проблем, пов'язаних із підвищенням ефективності діяльності підприємств.

Питання теорії і методології оцінки ефективності були і є в цей час предметом дослідження як закордонних, так і вітчизняних учених. Щодо вітчизняних авторів, то багато вчених стверджують, що: «Ефективність – відносний ефект, результативність процесу, операції, проекту, що визначаються як відношення ефекту, результату до витрат, що зумовили, забезпечили його отримання» [1; 3].

В. І. Осипов доходить висновку, що ефективність підприємства – це комплексна оцінка кінцевих результатів використання необоротних і оборотних активів, трудових і фінансових ресурсів, а також нематеріальних активів за певний період часу [4, с. 215].

Метою дослідження є теоретико-методичні положення щодо оцінювання та забезпечення ефективності діяльності підприємства в ринкових умовах, розробка рекомендацій щодо шляхів удосконалення аналітичного інструментарію ефективності його діяльності.

Завдання дослідження – визначити напрями оцінки ефективності, розробити методику оцінки ефективності діяльності підприємств.

Ефективність функціонування підприємства має визначатися не одним, а кількома важливими критеріями. Головним критерієм ефективного функціонування підприємства слід вважати економічну ефективність. Таким чином, ефективність функціонування підприємства – це комплексна характеристика, яка відображає ступінь використання ресурсних витрат, спроможність досягати поставлених цілей і здатність до стійкої життєдіяльності в конкурентному ринковому середовищі [2, с. 9].

Загальна методологія визначення економічної ефективності полягає у відношенні результату виробництва до затрачених ресурсів (витрат), тобто одержаного економічного ефекту до витрат на його досягнення [6, с. 7].

Формуючи систему показників, що слугувала б повній аналітичній оцінці ефективності виробничо-господарської діяльності, треба враховувати значущість високого рівня використання трудових і матеріальних ресурсів для досягнення найкращих результатів господарювання. За цієї умови сукупність вимірників ефективності виробничо-господарської діяльності об'єднують у дві групи: перша – узагальнюючі показники підприємництва; друга – показники використання ресурсів.

© Неймирок О. Ю., 2015

В. І. Отенко у своїй статті «Формування аналітичного інструментарію оцінки ефективності діяльності підприємства» запропонував певну послідовність виконання аналітичної роботи з метою аналізу й оцінки ефективності господарської діяльності підприємства, яка складається з восьми етапів:

- уточнення об'єктів, мети і задач аналізу та складання плану аналітичної роботи;
- розробка системи синтетичних і аналітичних показників для характеристики об'єкта аналізу;
- збір і підготовка до аналізу необхідної інформації;
- аналіз структури та динаміки цих показників для оцінювання ефективності фінансів;
- оцінювання таксономічних показників за складовими ефективності та інтегральна оцінка ефективності;
- багатофакторний кореляційно-регресійний аналіз ефективності господарської та фінансової діяльності;
- факторний аналіз ефективності фінансової діяльності;
- оцінка результатів аналізу та пошук засобів підвищення економічної ефективності господарювання за допомогою застосування комплексного програмного забезпечення [5, с. 232–237].

Проаналізувавши статтю Отенко В. І., можна додати, що для уточнення об'єктів, мети і задач аналізу та складання плану аналітичної роботи використовуються такі методи, як: аналіз, синтез, індукція, дедукція, порівняння. Збір і підготовка до аналізу необхідної інформації характеризується розрахунком показників за допомогою загалом економіко-математичних методів і саме – коефіцієнтного методу, застосуванням методів порівняння з нормативними критеріями перевірки точності інформації та приведення даних до порівняльного вигляду за допомогою статистичних, порівняння за певним критерієм у динаміці та найпростіших математичних методів, а також групування даних.

За допомогою багатофакторного кореляційно-регресійного аналізу досліджується вплив кожної зі складових на загальну ефективність. Виділяють такі ключові показники ефективності за складовими: фінанси – рентабельність активів, рентабельність продажів, коефіцієнт автономії, коефіцієнт абсолютної ліквідності, коефіцієнт фінансової стійкості, середньорічна вартість оборотних засобів; внутрішні процеси – фондовіддача, середньорічна вартість основних фондів; клієнти – коефіцієнт оборотності матеріальних оборотних засобів; розвиток потенціалу – забезпечення підприємства висококваліфікованими працівниками, продуктивність праці.

За допомогою факторного аналізу оцінюємо вплив показників на кожний із факторів. Пропонується факторна модель, що складається з чотирьох факторів: платоспроможності та ліквідності; фінансової стійкості; рентабельності; ділової активності.

На останньому етапі завжди має відбуватися оцінка результатів попереднього аналізу та розробка заходів щодо підвищення ефективності фінансової діяльності підприємства.

Для проведення аналізу фінансової та загальної ефективності діяльності на підставі бухгалтерської (фінансової) звітності як основного джерела інформації будується алгоритм факторного аналізу зміни загальної ефективності за звітний період. Дані оперативної, статистичної звітності та позаоблікова інформація доповнюють дані фінансової звітності.

Також можна додати, що, оскільки підприємство є відкритою системою і діє в межах певної національної економіки, проблему ефективності його діяльності можна розглядати з позицій різних зацікавлених сторін. Як економічна категорія ефективність має багато різновидів: економічна ефективність відображає відповідність витрат і результатів діяльності підприємства цілям та інтересам його учасників у грошовій формі; соціальна – відображає відповідність витрат і соціальних результатів діяльності підприємства цілям і соціальним інтересам суспільства; екологічна – відображає відповідність витрат та екологічних результатів інтересам держави і суспільства.

Завжди є спокуса оцінки лише економічної ефективності на рівні підприємства як певної системи. Проте не слід забувати, що підприємство є відкритою системою, існує не ізольовано, його діяльність має бути гармонізованою із суб'єктами макро- і мікросередовища. На шляху до підвищення ефективності діяльності необхідно мінімізувати негативний вплив (за умов, що такий має місце) на навколишнє середовище й економіку держави.

Висновки. Запропоновані етапи оцінки ефективності господарської діяльності підприємства підпорядковані досягненню стратегічної мети підприємства. Під час проведення аналізу необхідно враховувати, що на результат діяльності підприємств чинять вплив як економічні, так і організаційні фактори. Крім того, підприємства як самостійні економічні суб'єкти господарської діяльності мають право розподіляти результати діяльності, тобто прибуток, мають економічну свободу у виборі партнерів і здійснюють цей вибір, виходячи тільки з цілей економічної доцільності та власної вигоди.

Необхідним елементом господарювання підприємця в сучасних умовах є самостійність в організації постачання виробництва сировиною, найму персоналу і розпорядженні виготовленою продукцією, а також у вирішенні питань, що стосуються фінансування капітальних вкладень, забезпечення підприємства оборотними коштами й інших задач, виходячи з власного бачення перспектив здійснення виробничої діяльності.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Писарчук О. В.

Література: 1. Білик М. Д. Сутність і оцінка фінансового стану підприємства : навч. посіб. / М. Д. Білик. – Київ : КНЕУ, 2000. – 325 с. **2.** Гринчук В. Г. Підвищення ефективності функціонування підприємств на принципах сучасного менеджменту / В. Г. Гринчук, В. Г. Чернишев, Г. К. Рябая // Наукові праці Кіровоградського національного технічного університету : Економічні науки : зб. наук. пр. – 2010. – № 17. – С. 108–112. **3.** Иващенко Н. П. Экономика фирмы : учебник / Н. П. Иващенко. – М. : ИНФРА-М, 2006. – 528 с. **4.** Осипов В. І. Економіка підприємства : підручник / В. І. Осипов. – Одеса : Маяк, 2005. – 724 с. **5.** Отенко В. І. Формування аналітичного інструментарію оцінки ефективності діяльності підприємства / В. І. Отенко // Бізнес Інформ. – 2013. – № 5. – С. 232–237. **6.** Перехрест Т. В. Методологія оцінювання ефективності діяльності підприємства / Т. В. Перехрест // Держава та регіони: економіка та підприємництво. – 2011. – № 4. – С. 130–136.

ОБҐРУНТУВАННЯ ВИБОРУ МЕТОДУ ОБЛІКУ ВИТРАТ І КАЛЬКУЛЮВАННЯ СОБІВАРТОСТІ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИМИ ПІДПРИЄМСТВАМИ УКРАЇНИ

УДК 657.474.57

Нерода А. Ю.

Студент 4 курсу
факультету обліку і аудиту ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Розглянуто різні види класифікації витрат; досліджено та висвітлено основні методи обліку витрат і калькулювання собівартості, які використовуються у вітчизняній і закордонній практиці; обґрунтовано, які методи є найбільш оптимальними при визначенні собівартості сільськогосподарської продукції.*

Ключові слова: *калькулювання, витрати, собівартість, виробництво, планування, управління.*

Аннотация. *Рассмотрены различные виды классификации расходов; исследованы и освещены основные методы учета затрат и калькулирования себестоимости, использующиеся в отечественной и зарубежной практике; обоснованы методы, являющиеся наиболее оптимальными при определении себестоимости сельскохозяйственной продукции.*

Ключевые слова: *калькулирование, расходы, себестоимость, производство, планирование, управление.*

Annotation. *In the article deals with the classification of different types of costs and highlighted the main methods of cost accounting and costing used in domestic and foreign practice, defined what methods are optimal when determining the cost of agricultural production.*

Keywords: *calculation, expenses, prime cost, production, planning, management.*

Основною метою функціонування сільськогосподарського підприємства є забезпечення його стійкого розвитку, якого можна досягти за умови постійного пошуку та реалізації заходів щодо підвищення рівня економічної ефективності господарювання. Одним із важливих показників, що впливає на ефективність виробничо-господарської діяльності підприємства цієї галузі чи його структурних підрозділів, є собівартість продукції, яка відображає поточні витрати, пов'язані з виробництвом та реалізацією сільськогосподарської продукції. Тому питання визначення собівартості окремих видів продукції підприємств галузі сільського господарства, її планування та аналізу з метою пошуку та реалізації заходів щодо зниження рівня витрат потребують постійного та першочергового вивчення, оскільки від цього значною мірою залежать результати діяльності самого підприємства, його економічний та соціальний розвиток.

Питання класифікації витрат досліджувалися у роботах відомих вітчизняних та зарубіжних учених, зокрема І. А. Білоусової, І. А. Басманова, Ф. Ф. Бутинця, М. Г. Чумаченко, О. В. Лишиленко, Б. І. Валуєва, С. Ф. Голова, О. Д. Каверіної, Т. П. Карпової, Н. Г. Кондратової, В. С. Лень, А. Ш. Маргуліса, Л. В. Нападовської, С. О. Ніколаєвої, Я. В. Соколова та ін.

© Нерода А. Ю., 2015

Облік витрат і калькулювання як єдиний процес складається з двох взаємопов'язаних етапів: I етап – організація аналітичного обліку витрат і розподілу витрат на виробництво продукції між об'єктами обліку; II етап – калькулювання собівартості, що включає операції з визначення собівартості виробів та одиниць продукції. Правильний вибір методів обліку витрат і калькулювання собівартості продукції визначається особливостями технологічних процесів, залежить від керівництва і бухгалтерів підприємства.

Для сільськогосподарських підприємств із урахуванням особливостей виробництва їх продукції доречно буде обґрунтувати вибір такого методу та такої класифікації витрат, які б сприяли ефективній діяльності підприємств.

Метою статті є визначення оптимальних методів обліку витрат і калькулювання собівартості продукції в сільськогосподарському виробництві для їхнього ефективного застосування на практиці.

Колектив авторів на чолі з Ф. Ф. Бутинцем вказує, що різноманітність прийомів обліку і калькулювання собівартості продукції визначається низкою факторів, які можна звести у дві групи: галузеві особливості та організаційні передумови [1].

Проведені дослідження дають змогу стверджувати, що більшість науковців не відокремлюють поняття методи обліку та методи калькулювання, а розглядають їх як цілісну систему, при цьому деякі з них ще виділяють способи калькулювання як технічні процедури розрахунку собівартості (табл. 1).

Таблиця 1

Погляди вчених щодо поняття «методи обліку витрат» та «методи калькулювання»

Поняття «методи обліку витрат» та «методи калькулювання» – тотожні поняття
1. Метод обліку витрат та калькулювання – сукупність способів аналітичного обліку витрат на виробництво за калькуляційними об'єктами і прийомами розрахунку калькуляційних одиниць [2] 2. Метод внутрішньогосподарського обліку витрат виробництва – сукупність способів аналітичного документування та відображення виробничих витрат за калькуляційними об'єктами і прийоми обчислення калькуляційних одиниць [3] 3. В. Швець вважає, що методом калькулювання є сукупність прийомів аналітичного обліку витрат на виробництво й розрахункових процедур визначення собівартості продукту [4] 4. І. Білоусова та М. Чумаченко, роблячи свій короткий огляд методів обліку і калькулювання собівартості продукції, дійшли висновку, що останні все частіше називають методами калькулювання (костинг) [5] 5. С. Голов розглядає калькулювання як певні системи калькулювання собівартості продукції на основі обліку витрат за об'єктами [6]
Поняття «методи обліку витрат» та «методи калькулювання» – різні поняття
1. Під методом обліку витрат на виробництво слід розуміти сукупність способів побудови аналітичних позицій (аналітичних рахунків) з формування витрат із метою обґрунтування калькулювання собівартості продукції (робіт, послуг) і управління ними. Метод калькулювання – це спосіб групування витрат за об'єктами калькулювання та прийоми калькуляції як технічний засіб розрахунку собівартості продукції [7] 2. М. Чумаченко визначення «метод обліку виробничих витрат і калькулювання собівартості продукції» критикує і пропонує класифікацію «методів обліку виробничих витрат» і «способів калькулювання собівартості продукції» [8] 4. Методи обліку витрат і методи калькулювання – це дві стадії одного процесу, між ними є єдність, але не тотожність. О.Олійник вважає, що є сенс говорити не про вибір якого-небудь одного методу обліку витрат, а про створення на кожному підприємстві системи обліку витрат [9]

Вивчення літературних джерел щодо поняття методу обліку витрат і калькулювання собівартості продукції дозволяють виділити два напрями: 1) вчені, які розуміють метод обліку та калькулювання як одне ціле, тобто ототожнюють їх (таких учених більшість); 2) вчені, які вважають, що це два зовсім різних поняття.

Дійсно, облік витрат виробництва і калькулювання – це єдиний процес, і такі стадії цього процесу нерозривно пов'язані між собою, оскільки метою виробничого обліку є калькулювання.

У вітчизняній та зарубіжній практиці фінансового та управлінського обліку утворились і використовуються більше десятка методів калькулювання і обліку витрат. Найбільш поширені методи калькулювання виробничих витрат та їх коротку характеристику наведено в табл. 2.

Факторами, що спонукають до вибору того чи іншого методу обліку витрат, є:

- організаційна структура управління виробництвом;
- тип виробництва, його складність, характер технологічного процесу;
- номенклатура продукції, що випускається;
- тривалість виробничого циклу;
- наявність незавершеного виробництва.

Враховуючи ці фактори, підприємство обирає найоптимальніший метод, специфікакації та особливості якого відображаються в послідовності процесів обліку витрат виробництва та формування собівартості готової продукції.

Таблиця 2

Характеристика методів обліку витрат і калькулювання собівартості продукції

Метод калькулювання	Коротка характеристика методу
Методи обліку витраті калькулювання за об'єктами групування витрат	
Позамовний метод	Застосовується при різноманітній діяльності підприємства. Витрати "збираються" за конкретними замовленнями, партіями або договорами, що відрізняються один від одного
Попередільний (попроцесний) метод	Застосовується при масовому виробництві однорідної продукції (наприклад, у харчовій промисловості). Середні витрати на одиницю продукції визначаються діленням загальної суми витрат на кількість виробленої продукції
Змішані методи	Всі інші сучасні методи обліку витрат і калькулювання, які мають альтернативні об'єкти групування витрат (наприклад, LCC-аналіз, ABC-аналіз, VCC-аналіз)
Методи обліку витраті калькулювання за повнотою планування витрат	
Нормативний метод	Витрати обліковуються за встановленими нормативами, а собівартість продукції калькулюється ще на стадії планування виробництва. Метод дозволяє вести точний аналітичний облік і за відхиленнями фактичних витрат від нормативних контролювати загальну собівартість продукції
Метод фактичної собівартості	"Збирається" сума фактично понесених витрат
Змішані методи	До змішаних методів можна віднести такі: стандарт-кост, кост-кілінг, кайдзен-костинг, бенчмаркінг, таргет-костинг
Методи обліку витрат і калькулювання за ступенем поглинання постійних витрат	
Метод «директ-костинг»	Витрати поділяються щодо обсягу виробництва на постійні та змінні, а до собівартості виробленої продукції включаються тільки змінні виробничі витрати. Застосовується на підприємствах залізничного транспорту, у масложировому виробництві
Метод «абзорпшен-костинг»	Калькулювання за повними виробничими витратами
Змішані методи	Порядок визначення собівартості регламентовано в П(С)БО 16 «Витрати» [10]

Для сільськогосподарського виробництва, *де* порівняно стабільний процес виробництва, найбільш доцільним є нормативний метод обліку.

В основі системи нормативного обліку *лежать* такі найважливіші принципи: попереднє нормування витрат та обчислення нормативної собівартості одиниці продукції; систематичний і своєчасний облік змін норм (у міру впровадження організаційно-технічних засобів) і визначення впливу цих змін на собівартість продукції; попередній контроль на основі первинних документ і фіксація відхилень від норм у момент їх виникнення з одночасним виявленням причин і винуватців; щоденна інформація про відхилення від норм.

Перевагами нормативного обліку є:

– завдяки високій оперативності можна визначити й контролювати утворення собівартості в процесі здійснення витрат по госпрозрахункових підрозділах і систематично стежити за всіма відхиленнями від норм, не чекаючи на складання звітності. Забезпечується можливість своєчасно запобігти нераціональному витрачанню коштів і оперативно впливати на рівень витрат;

– вища точність обчислення фактичної собівартості продукції, бо не застосовують умовності, властивості іншим методам, і до розрахунків беруться тільки реальні облікові або нормативні показники;

– внаслідок контролю за змінами норм витрачання в ході виконання плану виробництва можна стежити за зниженням собівартості в процесі її формування, що має велике значення для оперативного управління господарством і вживання заходів щодо поліпшення його діяльності.

При калькулюванні сільськогосподарської продукції доцільно було б використовувати саме нормативний метод обліку витрат, в основі якого *лежить* нормативна собівартість, що найбільш точно враховує зміни, які відбуваються у процесі виробництва і дає можливість проводити оперативний аналіз та приймати стратегічні управлінські рішення.

Нормативні витрати варто визначати як на одиницю продукції, так і на весь обсяг виробництва. На підставі нормативної калькуляції виписуються документи на видачу сировини та матеріалів, за допомогою яких можна уникнути перевитрачання матеріалів, а отже, зниження витрат.

Таким чином, під час визначення собівартості і калькулювання сільськогосподарської продукції оптимальним є використання нормативного і попередільного методів обліку витрат, в основі яких *лежить* формування витрат за кожним технологічним етапом і нормативна собівартість продукції, які найбільш точно відображають ви-

трати в процесі виробництва. Щоденне узагальнення та аналіз відхилень від норм по місцях виникнення витрат і центрів відповідальності дозволяє керівникам виробничих підрозділів своєчасно уникати недоліків в організації виробництва і передбачається попереджати можливість їх появи в майбутньому.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Курган Н. В.

Література: 1. Бутинець Ф.Ф. Бухгалтерський управлінський облік : навч. посіб. / Ф. Ф. Бутинець, Л. В. Чижевські, Н. В. Герасимчук. – Житомир : ЖІТІ, 2000. – 448 с. **2.** Бухгалтерський облік у сільському господарстві : навч. посіб. для студ. вищих навч. закл. / Під ред. Ф. Ф. Бутинця, М. М. Коцупатрого. – Житомир : Рута, 2003. – 512 с. **3.** Юрченко К. Методи обліку витрат на виробництво продукції / К. Юрченко // Вісник податкової служби України. – 2002. – № 37. – С. 32–34. **4.** Швець В. Г. Теорія бухгалтерського обліку : навч. посіб. / В. Г. Швець. – Київ : Знання, 2003. – 444 с. **5.** Білоусова І. А. Методи обліку виробничих витрат і калькулювання собівартості продукції / І. А. Білоусова // Бухгалтерський облік і аудит. – 2006. – № 9. – С. 3–5. **6.** Голов С. Ф. Управлінський облік : підручник / С. Ф. Голов. – Київ : Лібра, 2003. – 704 с. **7.** Маренич Т. Методи обліку витрат і калькулювання собівартості продукції / Т. Маренич // Бухгалтерський облік і аудит. – 2006. – № 12. – С.19–25. **8.** Чумаченко М. Г. Дискусійні проблеми обліку витрат і калькулювання собівартості продукції / М. Г. Чумаченко, І. А. Білоусова // Бухгалтерський облік і аудит. – 2008. – № 10. – С. 3–7. **9.** Олійник О. В. Витрати в системі бухгалтерського обліку: теорія, методика, практика : автореф. дис. … канд. екон. наук : 08.06.04 / Олійник Оксана Вікторівна. – Тернопіль, 2002. – 22 с. **10.** Положення (стандарт) бухгалтерського обліку [Електронний ресурс] // Бухгалетр 911 : офіц. сайт. – Режим доступу : http://buhgalter911.com/res/psbo/psbo.aspx.

ПОРЯДОК ТА НОРМАТИВНО-ПРАВОВЕ РЕГУЛЮВАННЯ ФОРМУВАННЯ СТАТУТНОГО КАПІТАЛУ БАНКУ

УДК 346.7:336.71(477)

Нікіфорова А. О.
Войкова О. О.

Студенти 3 курсу
факультету обліку і аудиту ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Розглянуто порядок формування статутного капіталу, нормативно-правове регулювання, а також удосконалення банківської сфери діяльності, оскільки покращення ресурсів вітчизняної банківської системи залежить від зростання обсягів власного капіталу банків, насамперед – статутного капіталу.*

Ключові слова: *капіталізація, капітал, інтеграція, емісія, актив.*

Аннотация. *Рассмотрен порядок формирования уставного капитала, нормативно-правовое регулирование, а также совершенствования банковской сферы деятельности, поскольку улучшение ресурсов отечественной банковской системы зависит от роста объемов собственного капитала банков, в первую очередь – уставного капитала.*

Ключевые слова: *капитализация, капитал, интеграция, эмиссия, актив.*

Annotation. *The article describes the procedure for formation of the authorized capital, regulation, and improvement in banking activities. Since the improvement of the resources of the domestic banking systems depends on the growth of own capital of banks, and primarily the share capital.*

Keywords: *the capitalization, the equity, the integration, the emission, the asset.*

На сьогодні надійна банківська система є важливою умовою економічного зростання держави. Банки як головні фінансові посередники мають бути ефективним інструментом для забезпечення економічного розвитку. Роль

© Нікіфорова А. О., Войкова О. О., 2015

банківської системи в розвитку економіки України значною мірою залежить від її фінансової стійкості. Найбільш важливим показником, який характеризує фінансову стійкість окремих банків і банківської системи в цілому, є банківський капітал. Тому важливим є забезпечення надійного способу формування, управління, використання капіталу банку та дотримання необхідного його розміру для забезпечення розвитку банківської системи в цілому.

Власний капітал банку є одним із найбільш важливим показником, який характеризує фінансову стійкість банку та його здатність до подальшого розвитку. Зміцнення ресурсної бази вітчизняної банківської системи, інтеграція її у світову спільноту значною мірою залежатиме від зростання обсягів власного капіталу банків, зокрема такого його важливого складника, як статутний капітал [1].

Теоретичне обґрунтування питань, пов'язаних із порядком та нормативно-правовим регулюванням, формуванням статутного капіталу банку, розглядалося у працях вітчизняних учених: О. В. Васюренка, В. В. Кисельова, А. М. Мороза, Ф. С. Мишкіна та ін. Незважаючи на дослідження, що стосуються формування статутного капіталу банків, і надалі продовжуються наукові та практичні пошуки у цьому напрямку, оскільки це залишається і дотепер актуально.

Метою нашого дослідження є розгляд окремих питань, пов'язаних зі статутним капіталом банку та нормативно-правовим регулюванням деяких удосконалень щодо його формування на підставі аналізу наявної практики в Україні через найважливіший його складник – статутний капітал.

До правового забезпечення загальноекономічного характеру формування банківського капіталу можна віднести такі нормативно-правові акти: Конституцію України, Господарський кодекс України, Цивільний кодекс України, Закони України: «Про цінні папери та фондовий ринок», Рішення НКЦПФР «Принципи корпоративного управління», Положення НКЦПФР: «Про порядок реєстрації випуску акцій під час створення акціонерних товариств», «Про порядок реєстрації випуску акцій», «Про порядок здійснення емісії облігації та їх обігу», «Про оподаткування прибутку підприємств», «Про податок на додану вартість» тощо [2–4].

Нормативно-правове забезпечення щодо механізму формування банківського капіталу умовно поділяється на наддержавне та внутрішньодержавне, останнє в свою чергу включає правове забезпечення загальноекономічного характеру, банківське правове забезпечення та внутрішньобанківські акти (статут, інструкції, накази, листи, розпорядження). Наддержавний рівень правового забезпечення наведений у «Міжнародній конвергенції щодо вимірювання та вимог до капіталу» [5].

Засади банківського правового забезпечення формування капіталу закладено Законами України: «Про банки і банківську діяльність», «Про Національний банк України». Процес формування капіталу регламентується Інструкцією НБУ «Про порядок регулювання діяльності банків в Україні», Положенням «Про порядок формування та використання банками резервного фонду», «Методикою розрахунку економічних нормативів регулювання діяльності банків в Україні».

Згідно зі ст. 31 Закону України «Про банки і банківську діяльність» мінімальний розмір власного капіталу на момент державної реєстрації юридичної особи, яка має намір займатись банківською діяльністю, повинен бути не меншим, ніж 120 млн грн [6].

Формування та капіталізація банку здійснюються за допомогою грошових внесків, крім випадків, передбачених Законом України «Про першочергові заходи щодо запобігання негативним наслідкам фінансової кризи та про внесення змін до деяких законодавчих актів України» протягом строку його дії. Грошові внески для формування та збільшення статутного капіталу банку резиденти України здійснюють у гривнях, а нерезиденти – в іноземній вільно конвертованій валюті або у гривнях.

Статутний капітал банку не повинен формуватися з непідтверджених джерел. Національний банк України має право встановлювати мінімальний коефіцієнт співвідношення основного капіталу до сукупних активів. Також НБУ має право встановлювати мінімальний коефіцієнт співвідношення регулятивного капіталу до зобов'язань банку. Згідно з Законом України «Про Національний банк України» з метою захисту інтересів вкладників та кредиторів і забезпечення фінансової надійності банків Національний банк відповідно до визначеного ним порядку встановлює для них обов'язкові економічні нормативи. Зазначено, що до власних коштів банку належить статутний капітал, резервний та інші фонди, резерви на покриття різноманітних ризиків і нерозподілений прибуток. Джерелами формування капіталу банку можуть бути внески засновників банку до статутного капіталу та його прибуток [7].

Необхідність використання економічних нормативів як інструменту регулювання полягає, по-перше, у тому, що вони з самого початку є основою для стабільного розвитку банківських установ. По-друге, органи регулювання, здійснюючи перевірки банківських установ, за допомогою фінансових показників та нормативів відстежують банки, позиції яких унаслідок різних причин можуть не відповідати встановленим вимогам.

По-третє, дотримання фінансових нормативів є необхідною умовою при отриманні кредитів Національного банку України. Таким чином, економічні нормативи є невід'ємною і досить важливою складовою наявного в державі інструментарію регулювання банківської діяльності.

Науковий керівник – канд. екон. наук, старший викладач Литвиненко А. О.

Література: 1. Герасимович А. М. Аналіз банківської діяльності : підручник / А. М. Герасимович, М. Д. Алексеєнко, І. М. Герасимович. – Київ : КНЕУ, 2003. – 599 с. **2.** Про банки і банківську діяльність [Електронний ресурс] : Закон України від 07.12.2000 № 2121-III. – Режим доступу : http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/2121-14. **3.** Господарський Кодекс України [Електронний ресурс] : Закон України від 16.01.2003 № 436-IV. – Режим доступу : http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/436-15. **4.** Про затвердження Положення про порядок здійснення емісії облігацій підприємств, облігацій міжнародних фінансових організацій та їх обігу : Рішення Міністерства юстиції України від 28.10.2014 № 1453. – Режим доступу : http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/z0171-14. **5.** Мордань Є. Ю. Міжнародна банківська конкуренція / Є. Ю. Мордань, М. В. Федоренко // Міжнародна банківська конкуренція: теорія і практика : збірник тез доповідей VI Міжнародної науково-практичної конференції. – Суми : ДВНЗ "УАБС НБУ", 2011. **6.** Д'яконова І. І. Теоретико-методологічні основи функціонування банківської системи України : монографія / І. І. Д'яконова. – Суми : Університет. кн., 2007. – 400 с. **7.** Про Національний банк України [Електронний ресурс] : Закон України від 20.05.1999 № 679-XIV. – Режим доступу : http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/679-14.

МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ ЩОДО АНАЛІЗУ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ

УДК 657.421

Нікітіна Г. Ю.

Студент 4 курсу
факультету обліку і аудиту ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Розглянуто та встановлено сучасні методики аналізу ефективності використання основних засобів різних авторів. Проведено їх систематизацію та запропоновано подальші напрямки вдосконалення наявних методик.*

Ключові слова: *основні засоби, ефективність, економічний аналіз, фондовіддача, фондоємність, фондоозброєність.*

Аннотация. *Рассмотрены и установлены современные методики анализа эффективности использования основных средств различных авторов. Проведена их систематизация и предложены дальнейшие направления совершенствования существующих методик.*

Ключевые слова: *основные средства, эффективность, экономический анализ, фондоотдача, фондоемкость, фондовооруженность.*

Annotation. *The article deals with modern methods and established efficiency analysis of fixed assets by various authors. A systematization of their proposed implementation framework and improving existing methods.*

Keywords: *fixed assets, efficiency, economic analysis, capital productivity, capital intensity, capital-labour ratio.*

В сучасних ринкових умовах господарювання кожний суб'єкт економічної діяльності прагне отримати максимальний прибуток. Одним із методів досягнення поставленої мети є підвищення ефективності використання основних засобів, оскільки вони займають значну частину в активах будь-якого підприємства. Раціональні та виважені управлінські рішення можуть підвищити рівень забезпечення та використання основних засобів. Такі рішення

© Нікітіна Г. Ю., 2015

приймаються на основі інформації, отриманої внаслідок проведення аналізу ефективності використання основних засобів. Тому на сьогодні обрана тема є дуже актуальною.

Питання аналізу ефективності використання основних засобів підприємства розглядаються в роботах багатьох учених-економістів: Савицької Г. В. [1], Бутинця Ф. Ф. [2], Поповича П. Я. [3], Бондарчука В. В. [4], Киящової Ю. А. [5], Рижова В. С. та ін.

Метою статі є оцінка наявних методик аналізу ефективності використання основних засобів. Об'єктом дослідження є процес аналізу основних засобів підприємства.

Предметом цього дослідження є показники ефективності використання основних засобів та фактори, які на неї впливають.

Сьогодні існує досить багато різноманітних методик та методів для проведення аналізу ефективності використання основних засобів. Тому спочатку з'ясуємо, що таке ефективність. Це одержаний результат, що порівнюється із понесеними затратами на його досягнення. В свою чергу, методика ефективності використання основних засобів – це сукупність послідовно розрахованих показників та їх оцінка. Далі розглянемо декілька авторських методик.

Аналіз інтенсивності та ефективності використання основних засобів за Савицькою Г. В [1].

Для оцінки ступеня інтенсивності використання основних засобів пропонується використовувати такі показники:

1) рентабельність капіталу, вкладеного в основні засоби виробництва;

2) фондовіддачу основних засобів;

3) фондовіддачу активної частини основних засобів;

4) фондомісткість;

5) відносну економію основних фондів;

6) приватні показники, які застосовуються для характеристики використання окремих видів машин, устаткування, виробничої площі тощо.

Далі вивчають динаміку перерахованих показників, виконання плану по їх рівню, а також фактори їх формування. Узагальнюючим показником ефективності використання основних засобів є їхня рентабельність. Її рівень залежить не тільки від фондовіддачі, а й від рентабельності продукції. Взаємозв'язок цих показників можна навести у вигляді моделі (1):

$$R_{ОЗ} = ФВ_{ОЗ} \times Д_{РП} \times R_{РП}, \quad (1)$$

де $ФВ_{ОЗ}$ – фондовіддача основних засобів;

$Д_{РП}$ – частка реалізованої продукції в загальному об'ємі випуску;

$R_{РП}$ – рентабельність продажів.

Далі розглянемо аналіз ефективності використання основних засобів за Бутинецем Ф. Ф. [2]. Потрібно звернути увагу, що за цією методикою економічна ефективність функціонування основних засобів розглядається як частина результату використання всіх виробничих ресурсів підприємства.

Розраховуються показники:

1) фондовіддачі (загальним показником ефективності);

2) фондомісткості;

3) часткові показники;

4) співвідношення темпів приросту вартості основних засобів і темпів приросту обсягів виробництва;

5) відносна економія основних засобів.

Далі перевіряють забезпеченість підприємства обладнанням, його повнотою та використанням, тобто розраховують такі показники: коефіцієнт використання наявного обладнання, коефіцієнт використання встановленого обладнання, резерв збільшення виробництва продукції за рахунок збільшення кількості діючого обладнання та показники ефективності експлуатації обладнання, які поділяються на:

1) показники екстенсивного використання (за часом):

- кількість обладнання;
- відпрацьований час;
- коефіцієнти використання календарного фонду часу;
- коефіцієнт режимного фонду часу;

– коефіцієнт планового фонду часу;
– питома вагу простоїв у календарному фонді;
– коефіцієнт змінності роботи устаткування;
– структура парку машин та обладнання.

2) показники інтенсивного використання (за потужністю):

– продуктивність (випуск продукції за 1 машино-годину);
– коефіцієнт інтенсивності завантаження;
– коефіцієнт інтегрального завантаження.

Далі визначається їх динаміка, проводиться порівняльний аналіз за різними напрямами, визначаються фактори зміни їх величини.

Аналіз фондовіддачі проводиться за двома напрямами: визначення впливу факторів на зміну фондовіддачі. Бутинець Ф. Ф. пропонує виокремити такі фактори, які впливають на фондовіддачу. Вони наведені на рис. 1.

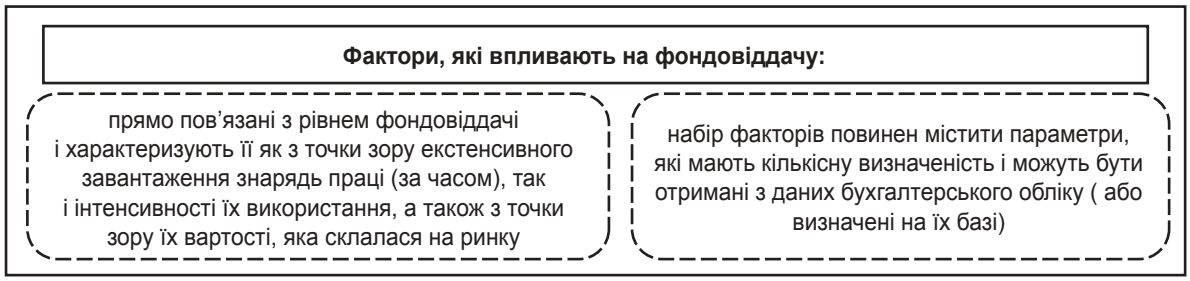


Рис. 1. **Фактори, що впливають на фондовіддачу**

Аналіз ефективності використання основних фондів за Попович П. Я.: за цією методикою розрізняють такі показники (рис. 2 [3]).

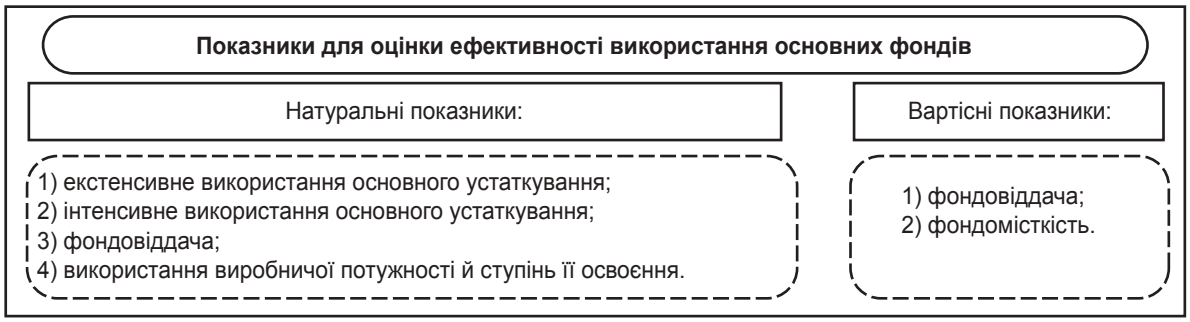


Рис. 2. **Класифікація показників для оцінки ефективності використання основних фондів**

За наведеною методикою розраховують такі показники:

1) фондовіддачу (узагальнюючий показник);

2) фондомісткість;

3) фондоозброєність.

Аналіз фондовіддачі проводиться по двом напрямкам:

1) визначення впливу фондовіддачі на обсяг виробництва;

2) оцінка ефективності експлуатації устаткування, яка виражається в показниках: кількість устаткування; відпрацьований час; коефіцієнт змінності роботи устаткування; структура парку машин і верстатів; коефіцієнт екстенсивного використання; коефіцієнт інтенсивного використання; коефіцієнт інтегрального використання.

Більшість інших сучасних методик визначення ефективності використання основних фондів переважно основані на однакових показниках, які можна розділити на три підсистеми [4]:

1) показники, що характеризують технічний стан (відтворення) основних фондів (коефіцієнт оновлення, коефіцієнт вибуття, коефіцієнт зносу, коефіцієнт придатності);

2) узагальнюючі показники використання основних фондів;

3) часткові показники використання основних фондів.

Слід враховувати, що при вивченні будь-якого економічного процесу або явища досить часто доводиться спостерігати за впливом різних факторів на результуючий показник, які взаємодіють між собою і перебувають у так званому кореляційному взаємозв'язку та залежності. Для того щоб підвищити точність економічного аналізу, можна використовувати економіко-математичні методи. Це досить перспективний напрям аналізу, оскільки він може використовуватися для прийняття управлінських рішень і прогнозів.

Виявлено, що в розглянутих методиках ефективності використання основних засобів не врахована фаза діяльності підприємства. Тобто не звертається увага, на якому етапі життєвого циклу знаходиться підприємство, а саме: вихід на ринок, виходу з ринку, банкрутства, реорганізації, що впливатиме на завдання аналізу та відбір показників для розрахунку.

Слід звернути увагу, що основні засоби обслуговують не тільки виробничу сферу, а також соціально-побутову, культурну, природно-екологічну, тому ефективність їх використання необхідно доповнити соціальними, екологічними та іншими показниками. Наприклад, такими: ступінь забруднення навколишнього середовища від експлуатації основних засобів; рівень відповідності шкідливих викидів чинним нормам і нормативам тощо [5]. Використання таких показників із комплексним підходом дасть можливість більш об'єктивно та точно охарактеризувати ефективність використання основних засобів на підприємстві.

У процесі дослідження авторських методик аналізу ефективності використання основних засобів було встановлено, що наведені методики мають свої недоліки, а саме не враховують: показники, які характеризують технічний стан основних засобів; фази діяльності підприємства; соціально-побутові, культурні, природно-екологічні аспекти використання основних засобів. Для раціонального проведення аналізу ефективності використання основних засобів доцільно доповнити додатковими показниками, а також використовувати сучасні методи економіко-математичного моделювання, тому й надалі необхідно здійснювати подальші дослідження з цієї теми.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Петряєва З. Ф.

Література: 1. Савицкая Г. В. Анализ хозяйственной деятельности : учебник / Г. В. Савицкая. – Минск : РИГТО, 2012. – 367 с. **2.** Бутинець Ф. Ф. Економічний аналіз : навч. посіб. / Ф. Ф. Бутинець. – Житомир : РУТА, 2003. – 680 с. **3.** Попович П. Я. Економічний аналіз діяльності суб'єктів господарювання : підручник / П. Я. Попович. – Тернопіль : Економ. думка, 2001. – 365 с. **4.** Бондарчук В. В. Підходи до аналізу стану та ефективності використання об'єктів нерухомого майна / В. В. Бондарчук // Наукові записки Національного університету «Острозька академія». – 2013. – № 24. – С. 262–265. **5.** Кияшова Ю. А. Вопросы совершенствования анализа показателей состояния основных средств / Ю. А. Кияшова // Экономический анализ. – 2012. – № 4 – С. 84.

АНАЛІЗ РЕНТАБЕЛЬНОСТІ ВЛАСНОГО КАПІТАЛУ НА ОСНОВІ ЕКОНОМІКО-МАТЕМАТИЧНОГО МОДЕЛЮВАННЯ

УДК 658.155

Нікітіна Л. Ю.

Студент 4 курсу
факультету обліку і аудиту ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Розглянуто і проаналізовано вплив коефіцієнтів фінансового ризику, поточної ліквідності, автономії, оборотності оборотних активів та частки дебіторської заборгованості в майні, і кредиторської заборгованості у фінансових ресурсах на рентабельність власного капіталу на основі методу кореляції та регресії.*

© Нікітіна Л. Ю., 2015

Оцінено логічну та статистичну адекватність рівняння регресії. Здійснено визначення надійності статистичних характеристик і власне самого рівняння.

Ключові слова: *рентабельність власного капіталу, кореляційно-регресійна модель, коефіцієнт кореляції.*

Аннотация. *Рассмотрено и проанализировано влияние коэффициентов финансового риса, текущей ликвидности, автономии, оборотности оборотных активов и части дебиторской задолженности в имуществе и кредиторской задолженности в финансовых ресурсах на рентабельность собственного капитала на основе метода корреляции и регрессии. Оценена логическая и статистическая адекватность уравнения регрессии. Осуществлен расчет надежности статистических характеристик и собственно самого уравнения.*

Ключевые слова: *рентабельность собственного капитала, корреляционно-регрессионная модель, коэффициент корреляции.*

Annotation. *In the article consider and analyze impact of the financial risk factors, current ratio, autonomy, turnover of current assets and fraction of receivables in the property and payable in financial resources on the basis of correlation and regression. Reviewed logical and statistical adequacy of the regression equation. Perform calculation statistical characteristics and reliability of its own equation.*

Keywords: *return on equity, correlation and regression model, the correlation coefficient.*

Показники рентабельності в умовах будь-якої країни і будь-якого типу економіки є сигнальними та характеризують ефективність бізнесу, його окремих операцій або окремих видів продукції. Встановлюючи зв'язок між сумою прибутку і величиною вкладеного капіталу, показник рентабельності власного капіталу можна використовувати в процесі прогнозування прибутку. Отримання прибутку підприємством у ринкових умовах можливе лише за умови досягнення певного рівня ефективності, основними показниками якої є прибуток і рентабельність. Абсолютне вираження прибутку є не досить репрезентативним, тому використання відносних показників надає більш широкі можливості у проведенні якісного аналізу результатів діяльності підприємства.

Дослідженням проблем комплексної оцінки ефективності займались українські економісти і вчені, такі як В. Андрійчук, П. Коваль, А. Ліссітса та ін. Вони почали розглядати підходи для аналізу продуктивності і ефективності, що отримали широке розповсюдження та застосування на Заході [1].

На сьогодні пріоритетним напрямом дослідження є моделювання. Це важливий засіб розв'язання багатьох економічних завдань і, зокрема, проведення аналітичного дослідження. Модель – це матеріальне чи образне відображення реального об'єкта, процесу його функціонування в конкретному середовищі. Таким чином, метод моделювання – це конструювання моделі на основі попереднього вивчення об'єкта, визначення його найбільш суттєвих характеристик, експериментальний і теоретичний аналіз створеної моделі, а також необхідне коригування на підставі одержаної інформації. Значно збільшує можливості пошуку резервів підвищення ефективності виробництва застосування економіко-математичної моделі багатофакторного кореляційного аналізу [2].

Необхідною умовою дослідження взаємозв'язку рентабельності власного капіталу є розуміння сутності, специфіки та можливостей математичних і статистичних методів для аналізу взаємозалежності чинників та результативних показників. Тим більше, що апарат кореляційно-регресійного аналізу дозволяє:

– оцінити вплив не тільки кожного окремого фактора на рівень досліджуваного показника, але і їх сукупний вплив;

– побудувати прогноз досліджуваного показника за умови наявності прогнозованих значень кожного фактора [3].

Пропонуємо розглянути обрану нижче модель кореляційно-регресійного аналізу за даними підприємства «Павлик» за період діяльності з 2009 по 2013 рр., розділену на квартали [4].

В основу аналізу покладено жорстко детерміновану модель, що дозволяє ідентифікувати і дати порівняльну характеристику основних факторів [2]. Вона досліджує здатність підприємства ефективно генерувати прибуток, реінвестувати його та нарощувати обороти. Модель рентабельності власного капіталу та ряд незалежних змінних наведено на рис. 1 [5].

Множинна кореляційна модель матиме такий вигляд (1):

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_3 + b_3 X_3 + b_4 X_4 + b_5 X_5 + b_6 X_6, \quad (1)$$

де Y – значення рентабельності власного капіталу (РВК), грн / грн;

X_1 – коефіцієнт фінансового ризику (КФР), грн / грн;

X_2 – коефіцієнт поточної ліквідності (КП*Л*), грн / грн;

X_3 – коефіцієнт автономії (КА), грн / грн;

X_4 – коефіцієнт оборотності оборотних активів, (КООА) грн;

X_5 – частка дебіторської заборгованості в майні, (ЧДЗвМ) грн / грн;

X_6 – частка кредиторської заборгованості у фінансових ресурсах, (ЧКЗвФР) грн / грн;

a, b_1, b_2, b_3 – коефіцієнти регресії.

За результатами аналізу вдалося пропорційно розподілити міру якості по залежним показника на підставі результатів діяльності підприємства. Таким чином, лінійна модель набула такого вигляду (2):

$$У = 2{,}328 + 0{,}164 \times X_1 + 0{,}014 \times X_2 - 3{,}358 \times X_3 + 0{,}302 \times X_4 + 0{,}278 \times X_5 + 15{,}389 \times X_6. \quad (2)$$

Аналіз коефіцієнтів регресії дозволяє встановити вплив факторних чинників на результативну змінну. Найбільш значущий вплив здійснюють такі фактори. При збільшенні частки кредиторської заборгованості на 1 одиницю рентабельність власного капіталу збільшиться на 15,389 одиниць. При збільшенні коефіцієнта автономії на 1 одиницю рентабельність власного капіталу зменшиться на 3,358 одиниць. При збільшенні коефіцієнта поточної ліквідності на 1 одиницю рентабельність власного капіталу збільшиться на 0,278 одиниць.

Далі визначаємо тісноту зв'язку між рентабельністю і факторами моделі в табл. 1. Для цього використаємо пакет «Аналіз даних» і застосуємо інструмент «Кореляція».

Таблиця 1

Матриця коефіцієнтів кореляції рентабельності власного капіталу

	РВК	КФР	КПЛ	КА	КООА	ЧДЗвМ	ЧКЗвФР
РВК	1						
ФР	0,06630	1					
КПЛ	0,01467	-0,8288	1				
КА	-0,0738	-0,7566	0,80883	1			
КООА	0,91489	0,11735	-0,0614	-0,0424	1		
ЧДЗвМ	0,35507	-0,5025	0,76877	0,6126	0,28138	1	
ЧКЗвФР	-0,0303	0,67863	-0,9428	-0,6603	0,04274	-0,80103	1

З отриманих результатів табл. 1 видно, що число на перетині показників рентабельності власного капіталу та коефіцієнта оборотності оборотних активів показує найбільший кореляційний зв'язок 0,9149 (більше 0,7). При цьому мультиколінеарність не виявлена.

Та перш ніж використовувати цю модель для аналізу, варто оцінити логічну та статистичну адекватність рівняння регресії. Під логічною адекватністю розуміється здатність моделі об'єктивно відображати сутність досліджуваних явищ [6]. Для визначення тісноти зв'язку між результативною і факторними ознаками обчислено коефіцієнт множинної кореляції, який становить R = 0,8784, що свідчить про існування функціонального зв'язку, тобто вказані фактори на 87,84 % впливають на рентабельність власного капіталу і тільки 12,16 % впливу здійснюється іншими факторами, не включеними до моделі. Високе значення коефіцієнта кореляції та детермінації свідчить, що ця залежність є достатньо закономірною.

Оцінку істотності коефіцієнта детермінації можна провести за допомогою F-критерію Фішера. Значення цього показника за результатами аналізу складає 14,44. При цьому критичне значення цього критерію для a = 0,05 складає 0,00007. Перевищення розрахункового показника над критичним вказує на істотність усіх факторів моделі.

Для оцінки значущості отриманих коефіцієнтів регресії використовується критерій t [6]. У нашому випадку значення цього критерію для відповідних показників складає: t_1 = 0,18075; t_2 = 1,1827; t_3 = –1,5529; : t_4 = 7,4347; t_5 = 1,1633; t_6 = 1,195. Враховуючи те, що критичне значення цього показника складає $t_{крит.}$ = 2,16, не перевищує розрахункові дані для четвертого фактора, можна дійти висновку, що коефіцієнт моделі при цій змінній значущий. Інші є не значущими.

Отже, доцільно зробити висновок про те, що рівняння і окремі статистичні характеристики відповідають встановленим вимогам, модель придатна для практичного застосування.

Дослідження дало можливість переконатися, що знання сутності методу і його можливостей щодо оцінювання інформації дає змогу ефективно використовувати статистичні методи для аналізу взаємозв'язків між економічними явищами. Розроблена модель дасть можливість підприємству спрогнозувати рентабельність власного капіталу та визначити рівень впливу кожного із факторів моделі. Що дозволить ефективно керувати прибутком та власним капіталом, ухвалюючи управлінські рішення.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Петряєва З. Ф.

Література: 1. Андрійчук В. Г. Ефективність діяльності аграрних підприємств: теорія, методологія, аналіз : монографія / В. Г. Андрійчук. – Київ : КНЕУ, 2010. – 292 с. **2.** Косова Т. Д. Аналіз господарської діяльності : навч. посіб. / Т. Д. Косова, І. В. Сіменко. – Київ : Центр учб. літ., 2013. – 384 с. **3.** Кулинич О. І. Теорія статистики : підручник / О. І. Кулинич, Р. О. Кулинич. – Київ : Знання, 2010. – 239 с. **4.** Фінансова звітність підприємства «Павлик» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.smida.gov.ua/db/participant/14307570. **5.** Аналіз господарської діяльності : навч. посіб. / І. П. Отенко, З. Ф. Петряєва. – Харків : Вид-во ХНЕУ, 2014. – 419 с. **6.** Статистичне забезпечення управління економікою. Прикладна статистика : навч. посіб. / А. В. Головач, В. В. Захожий, Н. А. Головач. – Київ : КНЕУ, 2010. – 333 с.

ПРОБЛЕМА ВИБОРУ МЕТОДІВ ОЦІНКИ ВИБУТТЯ ЗАПАСІВ НА ПІДПРИЄМСТВАХ МАЛОГО БІЗНЕСУ

УДК 005.52:330.522.4

Нікіфорова А. О.

Студент 3 курсу
факультету обліку і аудиту ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Розглянуто наявні методи оцінки вибуття запасів згідно з Положеннями (стандартами) бухгалтерського обліку та проблему їх вибору на підприємствах малого бізнесу. Визначено, що від обраного підприємством методу оцінки вибуття запасів залежить сума збільшення собівартості запасів.*

Ключові слова: *роздрібна торгівля, реалізація запасів, облікова політика, собівартість.*

Аннотация. *Рассмотрены существующие методы оценки выбытия запасов в соответствии с Положениями (стандартами) бухгалтерского учета и проблема их выбора на предприятиях малого бизнеса. Установлено, что от выбранного предприятием метода оценки выбытия запасов зависит сумма увеличения себестоимости запасов.*

Ключевые слова: *розничная торговля, реализация запасов, учетная политика, себестоимость.*

Annotation. *In the article the existing methods for evaluating disposal of inventories in accordance with the Regulations (Standard) and the problem of their choice for small business. From now chosen method of valuation reserves retirement depends on the amount of increase in the cost of inventories.*

Keywords: *retail trade, sale of stocks, accounting policies, the cost.*

На сучасному етапі розвитку ринкових відносин вітчизняна економіка знаходиться у стані інтеграції до світової економічної спільноти. Відповідно, система бухгалтерського обліку реформується з метою наближення до міжнародної практики. Вирішення проблеми ефективного розвитку та зростання потенціалу підприємств вимагає формування якісно нової системи управління запасами, в якій головну роль відіграє система їх ідентифікації як об'єктів обліку та методів оцінки.

Актуальність теми підтверджується тим, що за сучасних умов питання вибору методу оцінки на підприємствах є все більше і більше досліджуваним. Проблеми обліку й оцінки виробничих запасів знайшли своє відображення у працях вітчизняних учених, зокрема М. В. Кужельного, І. Д. Лазаришиної, Н. М. Малюги та зарубіжних: Б. Е. Нідлза, Д. У. Колдуелла. Такої ж думки дотримується Д. Міддлтон, який грошову оцінку наявних на підприємстві запасів вважає однією з головних проблем бухгалтерського обліку.

Облікова практика західних компаній базується на припущенні, що придбання і реалізація (відпуск у виробництво) запасів трактується як потік вартостей (cost flow), а не як потік фізичних одиниць (goods flow). Це означає, що при списанні товарно-матеріальних цінностей пріоритет надається відображенню вартості без забезпечення абсолютної відповідності її величини фактичному фізичному руху ресурсів.

© Нікіфорова А. О., 2015

Міжнародною обліковою практикою випробовані такі методи визначення вартості товарно-матеріальних запасів:

Відпуск продукції запасів на виробничих підприємствах здійснюється за одним із методів, зазначених у П(С)БО 9 «Запаси», а саме [1]:

1) індетифікованої собівартості відповідної одиниці запасів;
2) середньозваженої собівартості;
3) собівартості перших за часом надходження запасів (ФІФО);
4) нормативних затрат;
5) ціни продажу;

Не залежно від того, коли і які запаси надійшли, коли і як вибули, підприємство може застосовувати будь-який із методів оцінки їх вибуття.

Проте вибір методу оцінки має бути виваженим і продуманим рішенням кожного підприємства, з обов'язковим урахуванням діючої системи обліку. Облік запасів на підприємстві може здійснюватися відповідно до двох систем – постійної та періодичної, вибір якої обумовлюється в наказі про облікову політику підприємства.

Отже, у цій статті розглянуто особливості застосування методів оцінки запасів при вибутті їх відповідно до системи обліку запасів, зазначивши недоліки, переваги і можливості застосування на виробничих підприємствах.

Так, метод за ідентифікованою собівартістю передбачає використання або продаж запасів за собівартістю придбання кожного його виду. Це найбільш точний метод, при застосуванні якого для кожної одиниці запасів використовується спеціальне маркування, яке дозволяє визначити її собівартість. Таким чином, підприємство може регулювати прибуток шляхом реалізації більш дорогих або більш дешевих запасів Але через використання цього методу однакові запаси обліковуються за різною вартістю, що не завжди зручно; трудомісткість обліку руху конкретних одиниць, особливо за широкої номенклатури і великої кількості однакових запасів.

Р. Л. Хом'як та Ф. Ф Бутинець зазначають, що, не залежно від того, який саме з однакових запасів використовує підприємство, прибуток буде змінюватися відповідно до первісної вартості кожного запасу [2].

Середньозважена собівартість дає об'єктивну картину руху запасів на підприємстві; при застосуванні цього методу чистий прибуток буде мати середнє значення, яке найбільш відповідає фактичному; метод полегшує роботу і не вимагає детального обліку руху за кожною одиницею товарів. Вона не приділяє увагу останнім за часом цінам, а вони більш доречні в оцінці доходу та під час прийняття управлінських рішень; у період підвищення цін метод призводить до того, що підприємства оголошують більший прибуток, ніж справедливий, внаслідок чого сплачуються більші податки.

Метод ФІФО простий у використанні та запобігає можливості управління прибутком; у період постійного зростання цін метод надає найбільш високий із можливих рівень чистого доходу; залишки невикористаних матеріалів відображаються в активі балансу за цінами, які максимально наближені до реальної ринкової вартості, на дату складання звітності. Такий метод призводить до заниження величини витрат, які списуються за закупівельними цінами на собівартість продукції, що реалізується; у період зростання цін підприємства оголошують більший прибуток, ніж справжній, і виплачують надлишкові кошти у вигляді прибуткових податків; завищує фінансові результати, що в умовах інфляції призведе до зниження частки купівельної вартості та до «вимивання» обігових коштів та нестачі платіжних ресурсів для придбання нових партій товарів за цінами, які постійно зростають [3].

Нормативні витрати мають можливість поточного оперативного обліку витрат шляхом обліку відхилень від норм; відокремлений облік змін норм, тобто контроль за здійсненням режиму економії; укрупнення об'єктів обліку, оскільки нормативні калькуляції складають за всіма видами виробів, а відхилення враховують за групами однорідної продукції, внаслідок чого зменшується число об'єктів калькулювання; охоплення нормативними калькуляціями значної частини витрат; можливість рідше здійснювати інвентаризацію незавершеного виробництва. Недолік методу – постійний перегляд норм використання запасів, праці, виробничих потужностей та діючих цін [4].

«Ціни продажу» – цей метод розповсюджений у роздрібній торгівлі.

Недоліком є те, що у балансі відображається продажна вартість товарів за вирахуванням нереалізованої торгової націнки, яка розраховується за допомогою середнього відсотка торгових націнок. Розрахована у такий спосіб величина досить приблизна і може відхилятися від реальної вартості товарів [5].

Таким чином, можна зазначити, що методи оцінки виробничих запасів являють собою зусилля підприємств, що спрямовані на пошук найбільш оптимального методу визначення собівартості використаних матеріалів. Але не існує найкращого методу, який можна було б застосовувати у всіх ситуаціях, адже кожен метод має свої недоліки та переваги. Тому вибір оцінки має бути продуманий для кожного підприємства.

Науковий керівник – канд. екон. наук, старший викладач Литвиненко А. О.

Література: 1. Про затвердження Положення (стандарту) бухгалтерського обліку від 09.12.2011 № 1591. **2.** Бутинець Ф. Ф. Бухгалтерський фінансовий облік : підручник / Ф. Ф. Бутинець. – Житомир : Рута, 2001. – 224 с. **3.** Малюга Н. М. Бухгалтерський облік в Україні: теорія і методологія, перспективи розвитку : монографія / Н. М. Малюга. – Житомир : ЖДТУ, 2005. 548 с. **4.** Миддлтон Д. Бухгалтерский учет и принятие финансовых решений / Д. Миддлтон ; [пер. с англ. И. И. Елисеевой]. – М. : ЮНИТИ, 1997. – 408 с. **5.** Голов С. Ф. Бухгалтерський облік за міжнародними стандартами: приклади та коментарі : практ. посіб. / С. Ф. Голов, В. М. Костюченко. – Київ : Лібра, 2001. – 840 с.

ЛОГІСТИКА ЯК ОДИН ІЗ ШЛЯХІВ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОДУКЦІЇ ПІДПРИЄМСТВА

УДК 005.332.4:658.7

Новікова М. В.

Студент 5 курсу
факультету обліку і аудиту ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Розкрито шляхи підвищення конкурентоспроможності продукції підприємства за рахунок використання концепції логістики. Розглянуто сутність поняття «логістики» у різних інтерпретаціях. Досліджено основні складові логістики, які слід впроваджувати для ефективного стратегічного управління підприємством.*

Ключові слова: *логістика, конкурентоспроможність продукції, логістичні складові, мінімізація витрат, постачальники.*

Аннотация. *Раскрыты пути повышения конкурентоспособности продукции предприятия за счет использования концепции логистики. Рассмотрена сущность понятия «логистики» в разных интерпретациях. Исследованы основные составляющие логистики, которые следует внедрять для эффективного стратегического управления предприятием.*

Ключевые слова: *логистика, конкурентоспособность продукции, логистические составляющие, минимизация затрат, поставщики.*

Annotation. *The article deals with ways to enhance the competitiveness of the company's products through the use of the concept of logistics. The essence of the concept of «logistics» is considered in different interpretations. The basic components of logistics are investigated, which should be implemented for effective strategic management.*

Keywords: *logistics, competitiveness of products, logistics components, minimizing costs, suppliers.*

Актуальність дослідження. У сучасних умовах інтеграції світового ринку товарів та послуг і загострення конкурентної боротьби підприємства дедалі частіше використовують поряд із традиційними підходами підвищення конкурентоспроможності нові інноваційні напрямки. Це обумовлено тим, що підприємство функціонує у тісному взаємозв'язку з іншими підприємствами, знаходиться в системі кругообігу ресурсів, товарів та послуг, грошових потоків, які забезпечують його функціонування. Тому раціональне управління цим кругообігом дозволяє підприємству мати реальні конкурентні переваги на ринку, що й забезпечується концепцією логістики. Ця категорія має не тільки теоретичну новизну, а і практичну значущість, оскільки створює основу для надійних та довгострокових зв'язків із постачальниками, можливість стабільного розвитку підприємства.

Аналіз останніх публікацій. Протягом останніх років напряму «логістика» було присвячено значну кількість публікацій. Теоретичним аспектам концепції логістики, вивченню та аналізу ефективності функціонування підприємств присвячено багато наукових праць як зарубіжних, так і вітчизняних учених. Серед них: Уотерс Д., Портер М. [1], Окландер М. [2], Крикавський Є. [3], Анікін Б. [4], Сергєєв В., Неруш Ю., Пономарьова Ю. [7] та ін.

© Новікова М. В., 2015

Метою дослідження є розкриття сутності та змісту логістичного підходу як способу підвищення конкурентоспроможності підприємства для забезпеченням відповідної якості продукції.

Завдання дослідження:

1. Розкрити термінологічну сутність та зміст поняття «логістика»;

2. Проаналізувати основні складові логістики з метою підвищення конкурентоспроможності продукції підприємства.

Об'єктом дослідження є аналіз логістичного підходу для підвищення конкурентоспроможності продукції.

Предметом дослідження є підвищення конкурентоспроможності продукції підприємства.

Слід зазначити, що на сьогодні є величезна кількість різноманітних визначень логістики, які можуть досить відрізнятися, оскільки динамічний розвиток зовнішнього середовища і умов функціонування підприємств формують у вчених різне сприйняття цього поняття, що створює певні складнощі в однозначності його тлумачення (табл. 1).

Таблиця 1

Сутність поняття «логістика»

Автор	Визначення
Рада логістичного менеджменту США (Council of Logistics Management, CLM) [2, с. 4]	Логістика – це процес планування, виконання та контролю ефективного з точки зору зниження витрат потоку запасів сировини, матеріалів, незавершеного виробництва, готової продукції, сервісу і пов'язаної інформації від точки його зародження до точки споживання (включаючи імпорт, експорт, внутрішні та зовнішні переміщення) для повного задоволення вимог споживачів
Європейська логістична асоціація	Логістика – це організація, планування, контроль і виконання товарного потоку від проектування і закупівель, через виробництво і розподіл до кінцевого споживача з метою задоволення вимог ринку з мінімальними операційними та капітальними витратами
Крикавський Є. [3, с. 12]	Логістика – наука про оптимальне управління матеріальними, інформаційними та фінансовими потоками в економічних адаптивних системах із синергічними зв'язками
Анікін Б. [4, с. 23]	Логістика – інтегральний інструмент менеджменту, який сприяє досягненню стратегічних, тактичних або оперативних цілей організації бізнесу за рахунок ефективного (з точки зору зниження загальних витрат і задоволення вимог кінцевих споживачів до якості продукції та послуг) управління матеріальними і (або) сервісними, а також супутніми їм потоками (фінансовими, інформаційними тощо)
Сергєєв В.	Логістика – це наука про управління матеріальними потоками, пов'язаними з ними інформацією, фінансами і сервісом у певній мікро- ,мезо- або макроекономічній системі для досягнення поставлених перед нею цілей із оптимальними затратами ресурсів

Виділивши найбільш розповсюджені інтерпретації поняття «логістика», можна сказати, що визначення, наведене Радою логістичного менеджменту США, є найбільш конкретним і зрозумілим. Оскільки це поняття визначає логістику як інтегрований процес, який охоплює всі стадії – від виникнення потоку матеріальних ресурсів і до самого виробництва готової продукції, і в той же час потребує ефективного управління.

Основними логістичними складовими, які слід впроваджувати на підприємстві, є:

1. Рівень якості. Готова продукція, товари та послуги, а також матеріальні ресурси, що використані для їх виробництва, повинні відповідати необхідному рівню якості. Найдієвішим інструментом гарантування якості в сучасному світі вважається сертифікація продукції на основі міжнародних стандартів ISO 9000 та ISO 14000 [5, с. 4]. Іншими словами, якість кінцевої продукції напряму залежить від якості матеріальних ресурсів.

2. Скорочення виробничого циклу. Це досягається за рахунок прискорення кругообігу та зменшення часу надходження матеріального потоку на всіх стадіях логістичного процесу. Це означає, що транспортування і доставка з метою постачання необхідних ресурсів та матеріалів має бути в певний час у певному місці [6, с. 131].

3. Мінімізація логістичних витрат. Необхідність їх зниження пов'язана з ускладненням на підвищення цін на продукцію та обмеженням обсягів ринків збуту, що не дозволяє збільшити обсяг продукції. Логістичні витрати можна розділити таким чином:

– закупівельні витрати – закупівельні ціни, а також транспортування сировини та напівфабрикатів, їх зберігання та контроль за надходженням матеріалів;

– виробничі та розподільчі витрати – пов'язані здебільшого зі зберіганням, пакуванням, сортуванням, реалізацією та транспортуванням напівфабрикатів та готової продукції [7, с. 38–39].

4. Пошук надійних постачальників. Треба провести ретельний пошук постачальників, проаналізувати пропоновані ними ресурси та обрати найсприятливіші умови для свого підприємства, керуючись такими критеріями, як: якість пропонованої продукції, можливість вчасної доставки, платоспроможність постачальника, ціна послуг, сервісне обслуговування.

5. Узгодженість системи взаємовідносин. Досягнення не лише раціонального процесу поставок, а й гарантування надійності взаємної роботи і впевненість у постачальнику. Така співпраця надає більше можливостей для обох сторін, забезпечуючи при цьому успіх роботи та співпраці в перспективі.

6. Створення служби логістики. Створення самостійного підрозділу в організаційній структурі підприємства для систематизації логістичних процесів і упровадження логістичних принципів управління, який буде знаходитись у прямому підпорядкуванні керівництву компанії.

Отже, впровадження основних складових логістичного управління з метою підвищення конкурентоспроможності виробленої продукції може відбуватися за рахунок: мінімізації витрат і, відповідно, зниження ціни одиниці продукції; елімінації часу операцій; дотримання міжнародним стандартам контролю та якості продукції; своєчасного надання об'єктивних даних для прийняття обґрунтованих і ефективних управлінських рішень.

Висновки та напрямки подальших досліджень. Таким чином, логістичний підхід управління конкурентоспроможністю продукції підприємства є системним поєднанням процесного та функціонального підходів до логістичного управління та відокремлення його складових для створення передумов щодо ефективного стратегічного управління підприємством в цілому та задовільнення потреб споживачів.

Тому використання логістики як перспективного напрямку з метою забезпечення конкурентоспроможності підприємства в динамічному ринковому середовищі може створити певні конкурентні переваги підприємства на ринку товарів і послуг.

Напрямками подальших досліджень є аналіз основних міжнародних концепцій логістики (Just in Time, KANBAN, Logistic Requirement Planning, Target Costing [6, с. 132] та ін.) з подальшим використанням їх на вітчизняних підприємствах та дослідження сучасних інформаційних систем для оптимізація трансакційних витрат підприємства.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Писарчук О. В.

Література: 1. Портер М. Е. Стратегія конкуренції. Методика аналізу галузей і діяльності конкурентів / М. Е. Портер ; пер. з англ. – Київ : Основа, 2003. – 390 с. **2.** Окландер М. А. Промислова логістика: [навч. посіб.] / М. А. Окландер, О. П. Хромов. – Київ : Центр навч. літ., 2004. – 222 с. **3.** Крикавський Є. В. Логістика. Основи теорії : підручник / Є. В. Крикавський. – 2-ге вид., допов. і переробл. – Львів : Нац. ун-т "Львівська політехніка". – 2006. – 456 с. **4.** Аникин Б. А. Логистика : учеб. пособие / Б. А. Аникин, Т. А. Родкина, М. А. Гапонова и др. ; под ред. Б. А. Аникина. – М. : Проспект, 2005. – 408 с. **5.** Ковальчук С. В. Підвищення якості продукції в контексті маркетингової логістики / С. В. Ковальчук, З. М. Андрушкевич // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. – 2010. – Т. 2. – № 2. – С. 60–63. **6.** Хвищун Н. В. Логістичні складові підвищення конкурентоспроможності підприємства / Н. В. Хвищун // Логістика: теорія та практика. – 2011. – №1. – С. 126–134. **7.** Пономарьова Ю. В. Логістика : навч. посіб. / Ю. В. Пономарьова. – Київ : Центр навч. літ. – 2005. – 328 с.

МАРКЕТИНГОВІ ПРИЙОМИ В СУПЕРМАРКЕТАХ ЯК ЗАСОБИ СТИМУЛЮВАННЯ ЗБУТУ

УДК 658.821

Онищенко В. П.

Студент 3 курсу
факультету обліку і аудиту ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Проаналізовано засоби впливу найбільш поширених прийомів стимулювання збуту в супермаркетах, з'ясовано рівень дієвості окремих із них, а також причини сприйняття та несприйняття суспільством.*

Ключові слова: *збут, споживач, продавець, роздрібна торгівля, мерчандайзер.*

© Онищенко В. П., 2015

Аннотация. *Проанализированы способы влияния наиболее распространенных приёмов стимулирования сбыта в супермаркетах, определен уровень действенности отдельных из них, а также причины восприятия и невосприятия обществом.*

Ключевые слова: *сбыт, потребитель, продавец, розничная торговля, мерчандайзер.*

Annotation. *The influential means of the most common promotional methods of sale have been analyzed in the article, the efficient rate of them have been clarified, and also causes of perception and nonperception by society.*

Keywords: *sales, customer, vendor, retail, merchandiser.*

Зростаюча кількість супермаркетів у наш час витісняє будь-які інші місця здійснення покупок. Кілька десятків років тому суттєва частка продажів продуктів постійного попиту належала ринкам та невеликим дешевим кіоскам. Саме їм надавала перевагу більша частина споживачів. Прогресуюча успішність роздрібних мереж і мереж магазинів самообслуговування не може не привертати увагу.

Одна з головних особливостей сучасного маркетингу полягає в тому, що в умовах панування «ринку покупця» продавці шукають нові та оригінальні засоби маніпуляції «фундаментальними людськими цінностями», за допомогою яких цілком можливо змінювати уявлення людей, їхні орієнтації на ті чи інші товари або послуги.

Для маркетингу ця проблема становить величезний інтерес як можливість впливу на відвідувача магазину. Здатність зовнішніх факторів формувати поведінку споживача найсильніше проявляється в роздрібній торгівлі. Діапазон соціальних, фізичних і часових параметрів середовища, які окремо або в поєднанні один із одним впливають на покупця, величезний: освітлення, ширина проходів у магазині, розмір зали, температура повітря у приміщенні тощо [2].

Характерними особливостями цієї теми є її новизна та незначна кількість глибоких наукових досліджень. У своїх роботах її розвивали такі дослідники: Ф. Котлер, Ж. Леві, У. Арене, О. Беленов, К. Бове, Г. Гольдштейн, Д. Джонс, К. Корнев, З. Фегеле.

Мета роботи – дослідити, як впливають на поведінку та вибір споживача чинники ситуації і місця, а також окремі аспекти фізичного та соціального роздрібного оточення задля стимулювання збуту.

Стимулювання збуту є найважливішим елементом системи інтегрованих маркетингових комунікацій. Класик маркетингу Ф. Котлер назвав його маркетинговою технологією, яка є «короткочасними спонукальними заходами заохочення купівлі або продажу товару або послуги» [3].

Відрізняється ця технологія від реклами, метою якої є привертання тривалої уваги споживача і вплив на нього в довгостроковій перспективі, тим, що у процесі стимулювання збуту необхідно: ефективно та швидко привернути увагу споживача; спонукати його до негайної купівлі; підсилити інформаційний ефект, що залишається після виконаної дії.

Реклама чи пропаганда лише популяризують товар або створюють відповідний імідж. Стимулювання збуту – це використання короткотермінових заходів, розрахованих на швидке реагування ринку у відповідь на пропонування підприємством своєї продукції. По суті, це пряме заохочення споживачів придбати продукти чи послуги підприємства, а сфери торгівлі – включити ці товари до свого асортименту для наступного їх продажу.

Особливої форми набувають варіації стимулювання збуту у супермаркетах. Психологи та соціологи, які досліджують питання маніпуляції покупцями, зазначають, що спроби управляти людиною, групою людей та іншими людськими спільнотами нерідко натикаються на опір останніх. У цьому випадку перед ініціатором керуючого впливу відкриваються два шляхи: спробувати змусити виконати нав'язувану їм дію, тобто зломити опір (відкрите управління); замаскувати керуючий вплив так, щоб воно не викликало заперечення (приховане управління). Зрозуміло, що застосувати другий спосіб після провалу першого неможливо – намір розгадано і адресат насторожі. Отже мерчандайзери воліють застосовувати саме цей спосіб [4].

Всі ми уже звикли до того, яким чином розташовані відділи товарів у супермаркетах, а також як саме товари розташовані на полицях. Нікого не здивує специфічне освітлення залів або музика, яка лунає, здається, звідусіль. Кожний супермаркет, навіть найменший, пропонує певні акції, знижки, дисконтні карти. Дрібні товари біля кас просто апріорі не можуть мати іншого місця. Саме ці речі і є тими самими специфічними засобами, що так ненав'язливо впливають на покупців та спонукають купити «хоч що-небудь».

Нижче розглянуто найбільш популярні з таких засобів впливу.

1. *Дисконтні картки.* Дисконтна карта зазвичай дає покупцеві мізерну знижку – в 1–2 %. Причому діяти ця знижка починає тільки після певної кількості покупок. З одного боку, це, звичайно, недоотриманий прибуток. З іншого – відмінний спосіб раз і назавжди прив'язати покупця до магазину. Адже, вибираючи, куди в черговий раз піти за великою кількістю покупок, він вибере те місце, де вони йому дістануться хоч трохи дешевше.

2. *Теплі кольори.* Холодні кольори відштовхують, а теплі, навпаки, змушують затриматися в якомусь місці довше – це вже давно довели дослідники. Тому для того, щоб затримати покупця в якомусь відділі, або взагалі в самому магазині – пофарбуйте стіни в теплі кольори. Зелений – акцент на свіжість

3. *Музика.* В супермаркетах завжди грає музика. Зазвичай вона досить тиха, але почути її можна всюди. З одного боку вона не напружує слух, але з іншого – змушує розслабитися, не поспішати і повільніше ходити по магазину, а також повільніше вибирати покупки. Музика зазвичай використовується легка, розслаблююча.

4. *Дрібниця біля каси.* Найвідоміший прийом. Біля каси мають бути розташовані стелажі з численними дрібними покупками: шоколадні батончики, жувальні гумки, льодяники тощо. Це так звані «несподівані» покупки, коли рішення про їх придбання приходить в останній момент. До того ж черга зазвичай рухається повільно, а людина весь цей час буде розглядати товар поруч із собою. І кожен десятий покупець обов'язково що-небудь купує.

5. *Два за ціною одного.* Один із способів продати товари, які погано продаються. Покупцям пропонується купити цей же самий товар але з умовою, що купивши два (три, п'ять тощо) – вони отримають суттєву знижку.

6. *Супутні товари.* Товари, які вживаються одночасно, мають бути розташовані поряд: пиво з чіпсами, печиво з чаєм і напоями. Так покупець ніколи не забуде, що йому потрібно щось докупити.

7. *Рівень очей.* Відомий прийом, про який згадувалося вище. Найдорожчі чи погано продавані товари розташовуються на рівні очей середнього покупця (160–180 см). Все інше – або занадто високо, або низько.

8. *Метод «0,99».* Старий, як світ, метод. Десяткові цифри сприймаються зовсім інакше, ніж цілі. І якщо людина побачить ціну 2999 грн, її мозок автоматично округлить її до 2 тисяч, а не до 3. Ще один спосіб знижок – закреслювати старі ціни на товарах і писати нові, менші ціни, жирним шрифтом, щоб показати покупцям, де вони можуть заощадити.

9. *Метод правої руки.* Так як більшість людей – правші, то вони ходять по магазину певною траєкторію – проти годинникової стрілки, постійно повертаючи ліворуч. При цьому їх погляд при повороті відразу охоплює середину правого стелажа. Це місце називається «золотим» саме там зазвичай розташовуються найдорожчі товари.

10. *Різна плитка.* Коли візок їде по плитці вона стукає відповідним чином і покупець звикає до цього ритму. Але в деяких відділах плитку викладають більш дрібну, стук візку стає за внаслідок цього частішим, і людині здається що вона занадто швидко йде, тому і сповільнює свій крок.

11. *Найважливіші товари* – хліб, молочні продукти, яйця розташовуються далеко один від одного для, того щоб по дорозі від одного до іншого покупці обійшли якомога більше інших відділів.

12. *Великі візки.* Чим більше, тим краще. Покупець завжди буде намагатися підсвідомо заповнити візок так, щоб вона виглядала заповненою. До того ж багато людей, якщо їх візок швидко заповнюється, повертають до каси.

13. *Здорове харчування.* Психологи помітили, якщо на самому початку відвідування магазину чоловік купив щось важливе і корисне, надалі він зазвичай розслабляється і купує багато додаткових речей. Тому овочі і фрукти розміщуються на початку торгових залів, щоб корисну їжу купували в першу чергу.

14. *Голод.* Якщо викликати у людини відчуття голоду за допомогою ароматних запахів, вона купить набагато більше їжі, ніж їй потрібно. Саме через це кондитерські та кулінарні відділи розміщуються ближче до входу, щоб запах від них долітав до людини вже при вході в торговий зал [5].

Такі прийоми не можна назвати чесними щодо клієнтів, однак вони широко використовуються по всьому світу. Їх ефективність підтвердила себе, а дієвість була неодноразово доведена на практиці. Тому продавці не уникають цих прийомів, адже тим самим вони втратять потенційний прибуток. У той же час найуспішніші мерчандайзери не використовують одразу всі прийоми, а обмежуються лише частиною із них.

Науковий керівник – викладач Кузнецов О. В.

Література: 1. Павленко А. Ф. Маркетинг : підручник / А. Ф. Павленко, А. В. Войчак. – Київ : КНЕУ, 2003. – 246 с. **2.** Червак Р. Секреты создания атмосферы супермаркета [Електронний ресурс] / Р. Червак // Новый маркетинг. – 2002. – № 2. – Режим доступу : http://marketing.web-standart.net/node/1083. **3.** Котлер Ф. Новые маркетинговые технологии. Методики создания гениальных идей /Ф. Котлер, де Без Ф. Триас ; пер. с англ. – СПб. : Нева, 2004. – 192 с. **4.** Шейнов В. П. Скрытое управление человеком (психология манипулирования) / В. П. Шейнов. – М. : АСТ ; Мн. : Харвест, 2001. – 431 с. **5.** Інформаційний портал [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://basinform.ru/biznec/samoe-glavnoe-o-marketinge.

ПОРІВНЯЛЬНИЙ АНАЛІЗ ОБЛІКУ ЗАПАСІВ ЗГІДНО З ВИМОГАМИ МСБО І НАЦІОНАЛЬНИМИ СТАНДАРТАМИ

УДК 657:658.783(1-87+477)

Отлейкіна П. В.

Студент 3 курсу
факультету міжнародних економічних відносин ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Проведено порівняльний дослідницький аналіз обліку запасів згідно з міжнародними і національними стандартами бухгалтерського обліку; проаналізовано специфіку запасів; розкрито їх поняття, смислову наповненість і приналежність запасів, а також виявлено спільні та відмінні методи оцінки запасів згідно з міжнародними та національними стандартами.*

Ключові слова: *запаси, системи обліку запасів, міжнародні стандарти, національні стандарти, фінансова звітність.*

Аннотация. *Проведен сравнительный исследовательский анализ учета запасов по международным и национальным стандартам бухгалтерского учета; проанализирована специфика запасов; раскрыта их сущность, смысловая наполненность и принадлежность запасов, а также обнаружены общие и отличительные методы оценки запасов по международным и национальным стандартам.*

Ключевые слова: *запасы, системы учета запасов, международные стандарты, национальные стандарты, финансовая отчетность.*

Annotation. *A comparative analysis of research in accounting for inventories under international and national accounting standards, analyzes the specific stocks, disclosed their concepts, semantic fullness and ownership of stocks and identified common and different methods of stock assessment in accordance with international and national standards.*

Keywords: *inventory, inventory system, international standards, national standards, the financial statements.*

На сьогодні в Україні Міжнародні стандарти фінансової звітності (МСФЗ) і міжнародні стандарти бухгалтерського обліку (МСБО) застосовуються не тільки підприємствами, які зобов'язані складати звітність за цими стандартами, а й на добровільній основі. Міжнародні стандарти виступають на цей час ефективним інструментом підвищення прозорості і зрозумілості інформації, яка розкриває діяльність суб'єктів господарювання. У суб'єктів, які складають звітність за МСФЗ, значно зростає можливість залучити додаткові джерела капіталу та партнерів по бізнесу, які допоможуть забезпечити економічне зростання і процвітання. У зв'язку з цим стає все більш актуальним розуміння норм міжнародних стандартів і застосування їх в обліковій політиці вітчизняних підприємств.

Тож метою цієї роботи є порівняльний аналіз обліку запасів згідно з міжнародними і національними стандартами, а також виявлення спільних і відмінних методів оцінки запасів згідно з міжнародними та національними стандартами.

Об'єктом дослідження є особливості обліку запасів згідно з міжнародними та національними стандартами. Предметом дослідження є сукупність теоретичних, методологічних та методичних аспектів бухгалтерського обліку запасів відповідно до міжнародних і національних стандартів.

Щодо визначення, запаси є одним із головних об'єктів обліку підприємств. Облік запасів як елемент оборотних активів підприємства повинен відповідати на два основних питання: яка частина запасів фактично використана в цьому звітному періоді і має бути відображена у складі витрат підприємства у Звіті про фінансові результати (Звіті про сукупні доходи за період), а яка залишається невикористаною і повинна бути показана в Балансі (Звіті про фінансовий стан на кінець періоду).

Національний бухгалтерський облік запасів ведеться згідно з П(С)БО, облік запасів за міжнародними стандартами ведеться на підставі МСБО [1].

Згідно з МСБО запаси – це активи, які:

а) утримуються задля подальшого продажу у процесі операційної діяльності;

б) знаходяться у процесі виробництва задля подальшого продажу виробленого продукту;

в) містяться у вигляді сировини та матеріалів і призначені для виробничого споживання, а саме задля подальшого продажу виробленого продукту або виконаних за їх допомогою [1].

© Отлейкіна П. В., 2015

Згідно з П(С)БО(9) запаси являють собою активи, які утримуються підприємством для майбутнього продажу за умов операційної господарської діяльності; перебувають у процесі виробництва задля майбутнього продажу продукту виробництва (підприємства); а також утримуються для споживання безпосередньо під час виробництва продукції, виконання господарських робіт і (або) надання послуг, а також управління самим підприємством [2].

Визначення термінів можна вважати тотожними.

Крім того, стосовно самих цілей бухгалтерського обліку запасів, згідно з національними (українськими) стандартами запаси включають у себе:

– сировину, матеріали (основні та допоміжні), комплектуючі вироби, а також матеріальні цінності, що призначені на підприємстві для виробництва продукції, виконання робіт і послуг, обслуговування самого виробництва та адміністративних потреб;

– незавершене виробництво підприємства у вигляді не закінчених обробкою виробів та незакінчених технологічних процесів на виробництві. Крім того, НЗВ на підприємствах, які саме виконують роботи та надають послуги, складається також із витрат на виконання цих незакінчених робіт (або ж послуг), за якими підприємство ще не визнало доходу;

– готову продукцію на підприємстві, яка призначена задля продажу, відповідає усім необхідним технічним та якісним характеристикам, як, у свою чергу, передбачені договором і (або ж) інші нормативно-правові товари у вигляді якихось матеріальних цінностей, що були придбані та утримуються самим підприємством задля майбутнього продажу цієї готової продукції;

– так звані малоцінні та швидкозношувані предмети на підприємстві, що будуть використовуватися протягом не більше одного року або нормального операційного циклу, якщо він перевищує один рік;

– поточні біологічні активи на підприємстві, за умови, якщо вони оцінюються відповідно до цього Положення (або ж стандарту), а також сільськогосподарська продукція та продукція лісового господарства після її первісного визнання [2].

За міжнародними стандартами запаси включають ті товари, які були придбані та утримуються задля майбутнього перепродажу, наприклад товари, які придбані підприємством роздрібної торгівлі та утримуються задля перепродажу, або нерухомість (та ж земля) для майбутнього перепродажу. Запаси включають також готову продукцію, вироблену на підприємстві, та незавершене виробництво суб'єкта господарювання, також основні і допоміжні матеріали, що призначені для використання в подальшому процесі виробництва підприємства. Стосовно виконавця послуг (або ж у разі надання послуг), то запаси включають витрати на послуги, для яких суб'єктом господарювання ще не визнано відповідний дохід.

Специфікою національних стандартів є виділення такої категорії запасів, як малоцінні швидкозношувані предмети.

Згідно з П(С)БО(9) запаси відображаються в бухгалтерському обліку та звітності за найменшою з двох оцінок: первісною вартістю або чистою вартістю реалізації. Аналогічно в МСБО пропонується два варіанти оцінки. Особливістю є те, що при розрахунку чистої вартості реалізації запасів МСБО(2) допускає два варіанти – списання суми коригування на витрати або створення резерву, а національний стандарт дозволяє тільки списання частини вартості запасів до складу витрат [3].

За МСБО можуть використовуватися дві системи обліку запасів: періодична та постійна. За періодичної системи обліку надходження і вибуття запасів протягом одного звітного періоду на рахунках запасів не відбивається, а відображається на рахунку "Закупівлі". В кінці звітного періоду залишки рахунків запасів на початок і сальдо рахунку закупівлі списується на рахунок "Фінансові результати". Також в кінці звітного періоду проводиться інвентаризація запасів. За постійної системи обліку придбання запасів відображається на відповідних рахунках запасів. Після реалізації відбувається списання їх собівартості.

На відміну від МСБО, в національних стандартах використовується тільки постійна система обліку.

Згідно з національними стандартами (П(С)БО) у примітках до фінансової звітності наводиться така інформація про:

– методи оцінки запасів;

– балансову (облікову) вартість запасів (саме у розрізі окремих класифікаційних груп);

– балансову(облікову) вартість запасів, що були відображені за їх чистою вартістю реалізації;

– балансову (облікову) вартості запасів, які були передані у переробку, в заставу або на комісію;

– суму збільшення чистої вартості реалізації запасів, за якою була проведена оцінка запасів [4].

За міжнародними стандартами (МСБО) у фінансових звітах слід розкривати таке:

– облікові політики, що були прийняті саме для оцінки запасів (сюди також включаються формули собівартості);

– балансову вартість запасів (загальну) та балансову вартість (також загальну) згідно з прийнятими класифікаціями;

– балансову вартість запасів, знову ж таки відображених за чистою вартістю реалізації;

– балансову вартість запасів, відображених за справедливою вартістю, зменшених на суму витрат на їх реалізацію;

– суму часткового списання, яка була визнана як витрати періоду;

– балансову вартість запасів, що були передані як застава для гарантії зобов'язань підприємства.

Важливо зазначити, що інформація про запаси у фінансовій звітності згідно з МСБО та П(С)БО ідентична.

Таким чином, відмінності між національними стандартами та міжнародними призводять до відсутності можливості для зіставлення між ринками, розділеними політичними кордонами. Якщо ж все ж таки будуть використовуватися в різних країнах міжнародні стандарти фінансової звітності, то функціонування їх фінансових систем має покращитися, ймовірність та інтенсивність криз зменшиться. Головними вимогами до обліку та звітності при цьому є зрозумілість, простота та прозорість для користувачів.

Як відомо, на сьогодні підприємства з іноземним капіталом, дочірні підприємства іноземних компаній, іноземні представництва в нашій країні практично змушені складати звітність і вести облік відповідно до правил країни-інвестора паралельно з вітчизняними обліком та звітністю. Отже, тільки детальне вивчення західної облікової методології допоможе налагодити ведення обліку за західними моделями і складання звітності на його основі. Тільки в цьому випадку можна домогтися розуміння і признання в світі.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Часовнікова Ю. С.

Література: 1. Міжнародний стандарт бухгалтерського обліку (2) "Запаси" [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://buhgalter911.com/Res/MSBO/MSBO.aspx. **2.** Положення (стандарт) бухгалтерського обліку (9) "Запаси" [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://buhgalter911.com/Res/PSBO/PSBO.aspx. **3.** Вареня В. Запаси: порівнюємо МСФО (МСБО) та П(С)БУ / В. Вареня // Головбух. – 2008. – № 35. – С. 32–39. **4.** Економічна енциклопедія : у 3 т. / Відп. ред. С. В. Мочерний. – Київ : Академія, 2001. – 848 с.

УДОСКОНАЛЕННЯ ОБЛІКУ КРЕДИТНИХ ОПЕРАЦІЙ БАНКУ

УДК 336.711.65

Очередько Р. І.
Стеценко К. М.

Студенти 3 курсу
факультету обліку і аудиту ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Проаналізовано бухгалтерський облік кредитних операцій банку; досліджено літературні джерела щодо визначення «кредитні операції»; виявлено спільні ознаки цього визначення; висвітлено принципи ведення бухгалтерського обліку кредитних операцій.*

Ключові слова: *банківська система, кредитні операції, банківський кредит, короткотермінові, середньотермінові, довготермінові кредити.*

Аннотация. *Проанализирован бухгалтерский учет кредитных операций банка; исследованы литературные источники по определению «кредитные операции»; обнаружены общие признаки данного определения; освещены принципы ведения бухгалтерского учета кредитных операций.*

© Очередько Р. І., Стеценко К. М., 2015

Ключевые слова: *банковская система, кредитные операции, банковский кредит, краткосрочные, среднесрочные, долгосрочные кредиты.*

Annotation. *This article analyzes the accounting of credit operations of the bank, studied literature regarding the definition of «credit» found common features of this definition, highlighted principles of accounting credit operations.*

Keywords: *the banking system, the credit operations, the bank loans, the short-term, the medium-term, the long-term loans.*

Банківська система має дуже важливе значення в умовах розвитку економіки, бо саме через неї проходить великий обсяг грошових розрахунків і платежів. Банківська система перетворює тимчасово вільні грошові кошти, заощадження і доходи осіб в активно діючий капітал. А надання кредиту є важливою складовою для розвитку та удосконалення ринкової системи і різних галузей в наш час.

Визначенням та дослідженням питання щодо обліку кредитних операцій банку займалися такі вітчизняні та зарубіжні вчені, як: Андросова О., Нестеренко М., Дзюблюк О., Соломін С., Зіміна О., Бутинець Ф., Колесников В., Вітлінський Т., Кочетков В., Івахненко В., Котлер Ф., Норкотт Д., Портер М., Еванс Дж. та ін.

Отже, метою цієї статті є розкриття поняття «кредитні операції», висвітлення принципів ведення обліку кредитних операцій у комерційних банках та розгляд і звернення уваги на проблеми обліку кредитних операцій банку.

В економічній літературі немає однозначного визначення поняття «кредитні операції». Наведемо кілька визначень (табл. 1).

Таблиця 1

Визначення терміна «кредитні операції»

Автор	Визначення
Волохов В. І. [1]	Кредитні операції банку це – сукупність дій, спрямованих на забезпечення всіх етапів кредитного процесу й подальше відображення їх результатів у бухгалтерському обліку банку
ЗУ «Про банки і банківську діяльність» [2]	Кредитні операції полягають у розміщенні банками від свого імені, на власних умовах та на власний ризик залучених коштів юридичних осіб (позичальників) і громадян
Савлук М. І., Мороз А. М. [3]	Кредитні операції полягають у проведенні комплексу дій, пов'язаних із наданням і погашенням банківських позичок
Череп А. В. [4]	Кредитні операції – це відношення між кредитором і дебітором (позичальником) із приводу надання (одержання) у тимчасове користування коштів, їхнього повернення й оплати
Микова М. С. [5]	Кредитні операції банків – це вид активних операцій, пов'язаних із наданням клієнтам позичок

Отже, можна побачити, що кожен із видатних учених бачить у цьому визначенні своє, але все ж можна знайти спільні ознаки кредитних відносин:

1) добровільність та рівноправність;
2) економічна самостійність учасників кредитних відносин;
3) кредитні відносини не змінюють власника цінностей;
4) нееквівалентність кредитних відносин;
5) кредитні відносини є вартісними та ін.

Кредитні операції посідають вагоме місце серед активних операцій комерційних банків. До кредитних операцій належать: операції кредитного характеру, позичкові операції та послуги кредитного характеру.

Облік кредитних операцій заснований на принципах, загальноприйнятих у міжнародній практиці, зокрема [6]:

1. Безперервності діяльності установи банку;
2. Стабільності правил бухгалтерського обліку;
3. Обережності;
4. Поділу звітних періодів (нарахування доходів та видатків);
5. Дати операції;
6. Переваги змісту над формою;
7. Оцінки активів та пасивів;
8. Окремого відображення активів і пасивів.

Фінансовий облік надання або отримання кредитів, визнання доходів (витрат) за кредитними операціями здійснюється за рахунками Плану рахунків бухгалтерського обліку комерційних банків України (постанова Правління НБУ від 21.11.97 № 388) [6].

Формування синтетичних рахунків для обліку кредитних операцій покладено на класифікацію кредитів, запроваджену НБУ [7].

Балансові рахунки для обліку кредитних операцій розміщені в першому та другому класах плану рахунків.

Розподіл рахунків за класами узгоджується з принципами побудови балансу, в цьому випадку – окремого відображення клієнтських і міжбанківських операцій.

У першому розділі плану рахунків «Казначейські та міжбанківські операції» введено близько 20 рахунків для обліку операцій із цінними паперами, що рефінансуються (здійснення банком активних операцій за рахунок позик, отриманих у інших банках) Національним банком України та емітовані цим банком.

У складі позабалансових рахунків передбачені рахунки для обліку забалансових зобов'язань банку кредитного характеру.

Необхідною умовою економічного зростання країни є спроможність банківської системи ефективно розподіляти фінансові ресурси в суспільстві між галузями економіки та окремими позичальниками.

В наш час основною проблемою банківської системи залишається недостатня ліквідність, тобто можливість швидкого переводу активу у готівку без істотної втрати його вартості (з мінімальними витратами), яка є наслідком розходжень між термінами повернення пасивів і термінами отримання платежів навіть за строковими кредитами. Тому постає питання повноти, правильності, об'єктивності обліку строкових кредитів, які впливають на ліквідність банку та можливість її оцінки клієнтами [8].

Також однією з проблем є відображення в обліку та фінансовій звітності надання кредитів за термінами надання:

1. Короткострокові кредити (до одного року);
2. Середньострокові (від одного до трьох років);
3. Довгострокові (більше одного року) [2].

Це свідчить про недосконалість механізмів обліку кредитних операцій, оскільки будь-яка фізична особа не може на основі фінансової звітності банку проаналізувати можливість швидкого переводу активу у готівку без істотної втрати його вартості.

Кредит на сьогоднішньому етапі – це основне джерело забезпечення грошовими ресурсами поточної господарської діяльності підприємств незалежно від форми власності та сфери господарювання, і він відіграє важливу роль у стимулюванні відтворювальних процесів.

Ця класифікація дозволяє відображати в обліку та у фінансовій звітності здатність банку забезпечити своєчасне і повне виконання своїх зобов'язань з надання кредитів фізичним та юридичним особам.

Як видно з проаналізованого матеріалу, облік кредитних операцій у банку потребує удосконалення, потрібно шукати шляхи вирішення цих проблем для подальшої, успішної роботи кожного банку.

Отже, в цій статті розкрито основні принципи обліку кредитних операцій, які засновано на міжнародній практиці, проаналізовано роботи вчених, які зробили свій внесок у розвиток питання щодо обліку кредитних операцій комерційних банків. Та хочеться зазначити, що удосконалення обліку кредитних операцій веде до спрощення облікових процедур за кредитними операціями, стабільності нормативно-правової бази та об'єктивної оцінки обліку.

Науковий керівник – канд. екон. наук, старший викладач Литвиненко А. О.

Література: 1. Волохов В. І. Економічна природа і зміст кредитної діяльності банку в аспекті оцінювання її ефективності / В. І. Волохов // Фінанси України. – 2009. – № 8. – С. 109–117. **2.** Про банки і банківську діяльність [Електронний ресурс] : Закон України від 07.12.2000 № 2121-III. – Режим доступу : http://zakon5.rada.gov.ua /laws/show/2121-14. **3.** Савлук М. І. Гроші та кредит : підручник / М. І. Савлук, А. М. Мороз, М. Ф. Пуховкіна та ін. – Київ : КНЕУ, 2001. – 439 с. **4.** Череп А. В. Банківські операції : навч. посіб. / А. В. Череп, О. Ф. Андросова. – Київ : Кондор, 2008. – С. 33–39. **5.** Микова М. С. Удосконалення механізму формування резервів на покриття можливих збитків від кредитних операцій банківських установ України / М. С. Микова // Банківська справа. – 2011. – С. 80–86. **6.** Кіндрацька Л. М. Бухгалтерський облік у комерційних банках України : навч. посіб. / Л. М. Кіндрацька. – Київ : КНЕУ, 1999. – 432 с. **7.** Аналіз банківської діяльності : підручник / А. М. Герасимович та ін. ; за ред. А. М. Герасимовича. – Київ : КНЕУ, 2010. – 599 с. **8.** Крупка М. І. Тенденції та проблеми формування ринку кредитних послуг в Україні / М. І. Крупка, О. І. Скаско // Вісник НБУ. – 2007. – № 11. – С. 31–32.

ПРОБЛЕМИ ОРГАНІЗАЦІЇ ОБЛІКУ ЗАПАСІВ ТА ШЛЯХИ ЇХ ПОДОЛАННЯ

УДК 657.421

Перепелиця К.

Студент 6 курсу
факультету обліку і аудиту ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Визначено роль виробничих запасів на підприємстві; розглянуто питання організації обліку та контролю запасів на підприємстві. Виділено проблеми, які виникають в організації обліку та контролю запасів на підприємстві, а також запропоновано шляхи їх вирішення.*

Ключові слова: *запаси, організація обліку та контролю, підприємство, виробничі запаси.*

Аннотация. *Определена роль производственных запасов на предприятии; рассмотрен вопрос организации учета и контроля запасов на предприятии. Были выделены проблемы, которые возникают в организации учета и контроля запасов на предприятии, а также предложены пути их решения.*

Ключевые слова: *запасы, организация учета и контроля, предприятие, производственные запасы.*

Annotation. *The role of inventories in the company, considered the organization of accounting and inventory control at the plant have been isolated problems that arise in accounting and stock control in the enterprise, as well as proposed solutions to problems in accounting and inventory control across the enterprise.*

Keywords: *inventory, accounting and control organization, enterprise, inventories.*

Розвиток виробництва неможливий без виготовлення конкурентоспроможної продукції та її реалізації на внутрішніх і зовнішніх ринках збуту. Для цього підприємству треба мати необхідну кількість запасів. Реформування діючої системи обліку та впровадження МСБО та МСФЗ внесли деякі зміни в організацію облікового процесу виробничих запасів. З переходом до міжнародних стандартів бухгалтерського обліку та фінансової звітності ряд питань обліку надходження й використання виробничих запасів потребує додаткового дослідження і наукових розробок. До таких питань слід віднести: уточнення економічної суті виробничих запасів як об'єкта обліку, вдосконалення класифікації з урахуванням виробничої специфіки підприємств, дослідження особливостей застосування систем обліку запасів та їх оцінки.

Дослідженню актуальних проблем обліку виробничих запасів присвячені роботи таких вітчизняних вчених, як: В. Верхогляд, А. Золотухін, Т. Поверенна, Ю. Гончаров, І. Кравченко та ін.

Метою дослідження є системи управління виробничими запасами на підприємстві.

Для досягнення вказаної мети були поставленні і вирішені такі завдання:

- визначити наявні проблеми в обліку запасів на підприємстві;
- запропонувати шляхи вдосконалення організації обліку запасів.

Об'єктом дослідження є виробничі запаси.

Предметом дослідження статті є процес організації обліку виробничих запасів на підприємстві.

Для здійснення виробничо-господарської діяльності підприємства використовують виробничі запаси, які є найбільш важливою і значною частиною активів підприємства [1, с. 15].

Нагальними є проблеми розвитку та удосконалення обліку та контролю виробничих запасів. Можна виділити такі негативні моменти, що притаманні обліково-аналітичній роботі виробничих запасів [2, с. 25]:

- низький рівень комп'ютерізації обліку запасів як на складах, так і в бухгалтерії;
- на підприємствах відсутня база даних, де було б акумульовано інформацію усіх видів обліку, що ускладнює прийняття управлінських рішень керівництвом;
- перебування політики планування оптимальної кількості запасів на початковому етапі розвитку;
- відсутність об`єктивної методики визначення справедливої вартості запасів;
- застосування підприємствами застарілих галузевих нормативно-правових актів з обліку та контролю виробничих запасів;
- низький рівень оперативності інформаційного забезпечення управління виробничими запасами підприємства.

© Перепелиця К., 2015

Зміни необхідні насамперед у частині підвищення оперативності інформаційного забезпечення управління виробничими запасами підприємства. Автоматизація повинна проводитись у двох напрямках – автоматизація обліку у бухгалтерії та автоматизація на складах [3, с. 52].

Особливої уваги потребує саме використання комп'ютерних програм у місцях складського обліку. Комп'ютеризація призведе до скорочення робочого часу матеріально-відповідальної особи з ведення складського обліку [4, с. 21].

На основі цього можна стверджувати, що потенціал підвищення ефективності функціонування виробничих запасів у сучасних умовах господарювання полягає в удосконаленні організації їх бухгалтерського обліку і контролю. Крім того, реалізація цього потенціалу забезпечить удосконалення обліково-аналітичного управління виробничими запасами й підсилить точність, достовірність та правильність їх обліку [5, с. 52].

Підсумовуючи, можна стверджувати, що реалізація перелічених напрямів удосконалення організації обліку запасів підприємствами приведе до значного підвищення результативності їх фінансово-економічної діяльності.

Таким чином, ряд теоретичних положень і питань обліку запасів потребують удосконалення і доопрацювання. У свою чергу, розв'язання цих проблем зумовить вихід на якісно новий рівень їх організації обліку, значно підвищить роль запасів в управлінні підприємством. Реалізація перелічених напрямів удосконалення організації обліку запасів підприємствами приведе до значного підвищення результативності їх фінансово-економічної діяльності.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Писарчук О. В.

Література: 1. Верхогляд В. Учет запасов на производственном предприятии / В. Верхогляд // Баланс. – 2007. – № 19. – С. 12–16. **2.** Поверенная Т. Организация учета запасов / Т. Поверенная // Баланс-Бюджет. – 2008. – № 12. – С. 24–27. **3.** П(С)БО № 9 "Запаси". Бухгалтерський облік. Правове регулювання, стандарти, контроль // Бюлетень законодавства і юридичної практики України. – 2004. – № 4. – С. 199–206. **4.** Золотухин А. Учет запасов как необоротных активов / А. Золотухин // Баланс. – 2009. – № 47. – С. 20–21. **5.** Гончаров Ю. В. Оцінка виробничих запасів: вітчизняний та зарубіжний досвід / Ю. В. Гончаров, В. І. Кравченко // Бухгалтерський облік. – 2011. – № 1. – С. 50–53.

СУТНІСТЬ, ОБЛІК І ДОКУМЕНТАЛЬНЕ ОФОРМЛЕННЯ РОЗПРОДАЖУ ТОВАРІВ

УДК 657.44(477)

Пивовар Ю. Ю.

Студент 3 курсу
факультету обліку і аудиту ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Розглянуто та проаналізовано поняття «розпродаж», а також його застосування. Встановлено мету проведення акційних продажів товарів. Проаналізовано основні вимоги щодо документального оформлення розпродажу та досліджено відображення в обліку знижок цін на товари.*

Ключові слова: *розпродаж, знижка, ціна, продукт, зниження цін, продаж, реалізація, торгівля.*

Аннотация. *Рассмотрено и проанализировано понятие «распродажа», а также его применение. Установлена цель проведения акционных продаж товаров. Проанализированы основные требования по документальному оформлению распродажи и исследованы отражения в учете скидок цен на товары.*

Ключевые слова: *продажа, скидка, цена, продукт, снижение цен, продажа, реализация, торговля.*

Annotation. *The article deals with and analuzed concept of "sale" and its application, set the goal of selling promotional products. The basic requirements for documenting sales researched recording discount prices on goods.*

Keywords: *sale, discount, price, product, price reduction, sale, realization, trade.*

© Пивовар Ю. Ю., 2015

Розпродажі відіграють суттєву роль при забезпеченні ефективності збуту продукції. Невід'ємною частиною стали розпродажі-просування товару від продавця до споживача, тому що вони сприяють зацікавленню та залученню покупців, підвищенню рівня продажів та заохоченню постійних клієнтів. Саме тому питання щодо правил організації та відображення розпродажів у бухгалтерському обліку є актуальним для всіх суб'єктів господарювання, що займаються торгівлею та збутом продукції [1].

Метою статті є дослідження сутності розпродажу товарів, правил його документального оформлення та відображення в обліку. Об'єктом дослідження є торгівля продукцією за допомогою розпродажу. Предметом дослідження є процес організації та відображення розпродажів.

Тема статті є актуальною, тому їй приділяє увагу велика кількість вчених-економістів, такі як: Чумаченко М. Г., Лазаришин І. Д., Бутинець Ф. Ф. та ін.

Невід'ємною частиною торгівлі став розпродаж, тому що, як доведено багаторічним досвідом збутової діяльності, він є вигідний учасникам торгового процесу, а саме: споживач отримує товар зі знижкою, продавець оперативно реалізує товар, виробник не зазнає сезонного спаду виробництва.

Крім того, необхідно з'ясувати, з якою метою проводиться розпродаж суб'єктами торгової діяльності. Можна виділити основні цілі організації розпродажу, до яких можна віднести:

- згладжування падіння сезонного попиту на ринку товарів (робіт, послуг) у період низької купівельної активності;
- скорочення запасів неліквідних товарів до мінімально можливого рівня [2].

На законодавчому рівні поняття «розпродаж» регулюється Законом України «Про захист прав споживачів» від 12.05.1991 № 1023-XII зі змінами та доповненнями [3]. Так, згідно з ч. 5 ст. 15 Закону України «Про захист прав споживачів» поняття «розпродаж», або будь-які інші аналогічні йому поняття, можуть використовуватися лише за умови, що:

- тривалість розпродажу обмежена в часі;
- ціни товарів, що підлягають розпродажу, нижчі за їх звичайну ціну.

Окрім цього, у ч. 3 ст. 15 Закону України «Про захист прав споживачів» сформульовані вимоги до ціни під час розпродажу, такі як:

- продавець зобов'язаний зазначати ціну одиниці такої продукції;
- ціна продукції повинна включати в себе всі податки та неподаткові обов'язкові платежі, які споживач має сплачувати під час її придбання [3].

При організації процесу розпродажу товарів підприємству необхідно приділити увагу його правильному документальному оформленню. Всі акційні заходи, що організовуються підприємством, мають проводитися на підставі відповідного розпорядчого документа. Таким документом може бути положення про маркетингову політику підприємства або положення про знижки. Окрім того, розпродаж оформлюють наказом чи розпорядженням по підприємству, затвердженим керівником. Іноді до наказу керівника додають Положення про порядок розпродажу. У документах щодо організації розпродажу та акційних заходів необхідно відобразити:

- мету розпродажу (сезонний розпродаж);
- терміни дії акції;
- інформування клієнтів (реклама);
- розмір знижки;
- перелік товару, на який діє акція.

Інформування покупців про проведення розпродажу може здійснюватися різними способами: в пунктах продажу за допомогою оголошення про розпродаж або за допомогою засобів масової інформації. Слід мати на увазі, що згідно з ч. 6 ст. 15 Закону України «Про захист прав споживачів» від 12.05.1991 № 1023-XII у публічному оголошенні про початок проведення розпродажу обов'язково зазначається ціна до початку розпродажу, сума знижки та ціна, за якою товар розпродається [3].

Також необхідно зазначити, що відповідно до ст. 7 Закону України «Про ціни і ціноутворення» від 21.06.2012 № 5007-VI суб'єкти господарювання мають право самостійно назначати вільні ціни на всі види товару, крім тих, на які встановлено державні ціни [4]. Отже, кожне підприємство може встановлювати розміри знижок під час розпродажу. Але все ж таки знижки на товари мають бути економічно обгрунтованими.

Розпродаж товарів надає покупцям додаткові вигоди, які для продавця виявляються в уцінці товару або зниженні цін.

Комісія має визначати розмір уцінки товарів на підставі експертних оцінок. Для цього необхідно врахувати ступінь втрати їхніх споживчих властивостей та насиченість ринку такими товарами.

Відображення в обліку зниження ціни товару передбачено Положенням (стандартом) бухгалтерського обліку 9 «Запаси», відповідно до якого запаси відображаються за чистою вартістю реалізації, якщо на дату балансу їх ціна знизилась, вони зіпсовані, застаріли або іншим чином втратили первісно очікувану економічну вигоду. Різниця між первинною вартістю запасів та їх чистою вартістю реалізації і буде являтися сумою зниження ціни [5].

Порядок уцінки товарів регламентований Положенням «Про порядок уцінки і реалізації продукції» №149/300, відповідно до якого можуть знижуватись ціни таких видів товарів:

- товарів, що залежалися;
- товарів, які втрачають свою первісну якість [6].

Уцінка товарів відображається в обліку на дату складання опису-акта або на дату балансу. Сума уцінки відображається записом: Д-т 946 «Втрати від знецінення запасів»; К-т 282 «Товари в торгівлі».

Крім уцінки, розпродаж може проводитися шляхом застосування знижок, які надаються в момент реалізації товарів. Торговельні заклади під час такого розпродажу відображають розміри наданих знижок у касових чеках і щоденному звіті. Необхідно ще відобразити вартість проданих товарів у цінах продажів без урахування знижок та дохід від реалізації товарів із урахуванням знижок.

В обліку проведення розпродажу з наданням знижок відображається шляхом списання нарахованої торгової націнки. Особливості відображення в обліку знижок наведено в таблиці 1 [7].

Для більш ефективного та детального відображення операцій із розпродажу в обліку рекомендується відкрити аналітичні рахунки до субрахунку 702 «Дохід від реалізації товарів» (наприклад, «Дохід від реалізації уцінених товарів», «Дохід від реалізації товарів зі знижками» та інші). Така більш детальна інформація надасть змогу проаналізувати ефективність проведених акційних заходів та встановити доцільність розпродажу.

Таблиця 1

Відображення у бухгалтерському обліку операцій із надання покупцям знижок на товари в роздрібній торгівлі:

№	Зміст господарської операції	Д-т	К-т	Сума
1.	Нараховано торгову націнку	282	285	45072
2.	Реалізовано товар	301	702	218412
3.	НДС	702	641	36402
4.	Списано товар у реалізацію	902	282	139368
5.	Списано торгову націнку	285	282	79043
6.	Списано собівартість реалізованого товару	791	902	139368

Таким чином, для ефективної діяльності та приваблення покупців необхідно час від часу організовувати акційні заходи, до яких відноситься розпродаж. Крім того, це дозволить торговому підприємству зменшити залишки товарів, позбутися неліквідного товару, збільшити обсяги продажів, реалізувати сезонний товар. Дуже важливо приділяти увагу правильному документальному оформленню розпродажу та його відображенню в обліку за різних обставин та умов. Не треба забувати, що система обліку є одним із основних джерел інформації на підприємстві, на основі якої приймаються всі управлінські рішення.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Пасенко Н. С.

Література: 1. Смерічевський С. Ф. Розпродаж товарів у роздрібній торгівлі: обліковий аспект / С. Ф. Смерічевський // Сталий розвиток економіки. – 2014. – № 1. – С. 5–9. **2.** Білова Н. Знижки та розпродажі: правила відображення в обліку / Н. Білова // Податки та бухгалтерський облік. – 2009. – № 87. – С. 10–14. **3.** Про захист прав споживачів [Електронний ресурс] : Закон України від 12.05.1991 № 1023-XII. – Режим доступу : http:// www.zakon.rada.gov.ua/go/1023-12. **4.** Про ціни і ціноутворення [Електронний ресурс] : Закон України від 20.11.2012 № 5496-VI. – Режим доступу : http:// www.zakon. rada.gov.ua/go/1023-12. **5.** Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 9 «Запаси» [Електронний ресурс] : Наказ Міністерства фінансів України від 20.10.1999 № 246. – Режим доступу : http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/z0751-99. **6.** Положення про порядок зниження ціни і реалізації залежалої продукції з групи товарів широкого споживання і продукції виробничо-технічного призначення [Електронний ресурс] : Наказ Міністерства фінансів України від 15.12.99 № 149/300. – Режим доступу : http://www.zakon.rada.gov.ua. go/ laws/show/z0546-96. **7.** Бескидевич С. Уцінка товарів [Електронний ресурс] / С. Бескидевич, О. Золотухін // Вісник. – 2013. – № 44. – Режим доступу : http://www.visnuk.com.ua/ua/pubs/id/6271.

СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ КАК ИНСТРУМЕНТ МАРКЕТИНГА

УДК 339.138

Полищук Т. В.

Студент 3 курса
факультета учета и аудита ХНЭУ им. С. Кузнеца

Аннотация. *Рассмотрены особенности применения сетевых коммуникаций для продвижения товаров и услуг в Интернете, выбор целевой аудитории для разных видов коммерции.*

Ключевые слова: *электронная коммерция, маркетинг, интернет-маркетинг, социальные сети, сетевые коммуникации, таргетированная реклама.*

Анотація. *Розглянуто особливості застосування мережевих комунікацій для поширення товарів в Інтернеті, вибір цільової аудиторії для різних видів комерції.*

Ключові слова: *електронна комерція, маркетинг, інтернет-маркетинг, соціальні мережі, мережеві комунікації, таргетована реклама.*

Annotation. *The article is about the features of application of network Internet-communications for advancement of the goods. Wide development of Internet technologies has transformed social communications into the independent tool of marketing. Target customers for various types of commerce.*

Keywords: *e-commerce, marketing, internet marketing, social networking, network communications, targeted advertising.*

Процессы развития глобальных информационно-коммуникационных технологий очень динамичны в настоящее время, а их возможности для общества и экономики еще только начинают масштабно использоваться. Еще два-три года назад Интернет рассматривался преимущественно как гигантская библиотека, и главной его задачей считалась помощь в поиске нужной информации и организация доступа к ней. В настоящий «коммуникационный» этап своего развития главной задачей сети Интернет является помощь в поиске желательных партнеров и предоставление средств для организации с ними нужного вида коммуникаций с необходимой интенсивностью.

Цель статьи – выяснить теоретические основы проведения комплекса маркетинговых мероприятий через Интернет, в частности рекламной кампании, и определить практическую эффективность рекламы в Интернете.

В данной статье Интернет рассмотрен как предмет и средство маркетинга, а также дано обоснование эффективности применения и путей использования возможностей глобальной компьютерной сети в маркетинге.

Интернет предоставляет уникальные возможности дешевой, надежной и конфиденциальной глобальной связи по всему миру. Это оказывается очень удобным для фирм, имеющих свои филиалы по всему миру, транснациональных корпораций и структур управления. Обычно использование инфраструктуры Интернет для международной связи обходится значительно дешевле прямой компьютерной связи через спутниковый канал или через телефон.

Актуальность темы исследования. С развитием технологий Интернета и наступлением цифровой эпохи в экономике меняются механизмы и структура маркетинговых коммуникаций. Взаимодействие фирмы с клиентами, контрагентами, инвесторами, общественными и правительственными организациями, коллективом носит двух- и многосторонний характер; индивидуумы, составляющие целевые аудитории фирмы, являются активной стороной во взаимоотношениях с компанией.

Большой вклад в описание коммуникационных и маркетинговых свойств и функций Интернета внесли Р. Абдеев, Д. Белл, Г. Васильев [5, с. 34].

Активность потребителей наряду с доступностью Интернета являются основными факторами, определяющими развитие интернет-маркетинга. Можно сделать вывод о трансформации традиционного комплекса маркетинга «4р» в интернет-среде: так, сведено к минимуму влияние местоположения (place) торгового объекта, поскольку местом продаж фактически является компьютер, телефон или иное персональное мобильное устройство, цена (price) часто является преимуществом интернет-торговли, снижение цены обусловлено уменьшением издержек торгового оператора за счет минимизации арендных платежей. Товары (product), реализуемые посредством интернет-торговли, отличаются разнообразием, затруднения вызывает продажа обуви и предметов, ограниченных в обороте. Продвижение (promotion) с помощью Интернета характеризуется высокой скоростью коммуникации, ее двух- и многосторонним характером (интерактивностью), возможностью использовать мультимедиа, направленностью рекламных и информационных сообщений на определенные аудитории (таргетинг) [2].

© Полищук Т. В., 2015

Любая рекламная кампания в сети Интернет ориентирована на привлечение целевой аудитории на сайт рекламодателя. Наиболее эффективные виды интернет-рекламы – медийная (баннерная) и контекстная (поисковая). Медийная реклама ориентирована на пассивную аудиторию: потребители наблюдают баннер и, в случае проявления интереса, совершают клик, влекущий переход на сайт рекламодателя. Контекстные объявления видны не всем пользователям, а лишь находящимся в активном поиске, клик на такое объявление обычно ведет на страницу с описанием уникального торгового предложения [3].

Интернет-реклама обеспечивает высокую степень вовлечения и запоминания. В большинстве случаев реклама в Интернете не является «прерывающей», то есть она не отвлекает на себя все внимание зрителя, как это делает телереклама. Одновременно реклама в Интернете более привлекательна, чем реклама в газете. Запоминание происходит быстрее, поскольку она более яркая, динамичная и может быть интерактивной.

К интернет-рекламе относятся: баннерная реклама (целевая и имиджевая) и контекстная реклама (например, реклама от Google, реклама на Бегуне, Яндекс.Директ). Кроме того, к интернет-маркетингу относятся: Direct marketing (или прямой маркетинг) и Network marketing (или сетевой маркетинг) [3].

Социальные сети представляют собой интернет-сервисы, предназначенные для организации и поддержания сетевых коммуникаций. Интернет-маркетинг при продвижении продукции здесь ориентируется на следующие маркетинговые возможности социальных сетей: содержащуюся в профилях пользователей индивидуальную информацию (возраст, место жительства, интересы и т.д.), возможность просматривать фото- и видеофайлы, возможность пользователей посещать страницы других пользователей и формировать общественное мнение о товарах, услугах и компаниях, возможность пользователей делиться между собой полезной информацией и формировать сетевые объединения (группы, паблики) по интересам и т. д.

Для эффективного применения маркетинг в социальных сетях должен стать результатом осознанного выбора аудитории по отношению к товару, бренду или производителю. Лишь в этом случае социальная сеть превращается одновременно в маркетинговую панель, инструмент продвижения и механизм обратной связи с целевой аудиторией.

Сегодня можно выделить как минимум три основных вида социальных сетей (рис. 1).

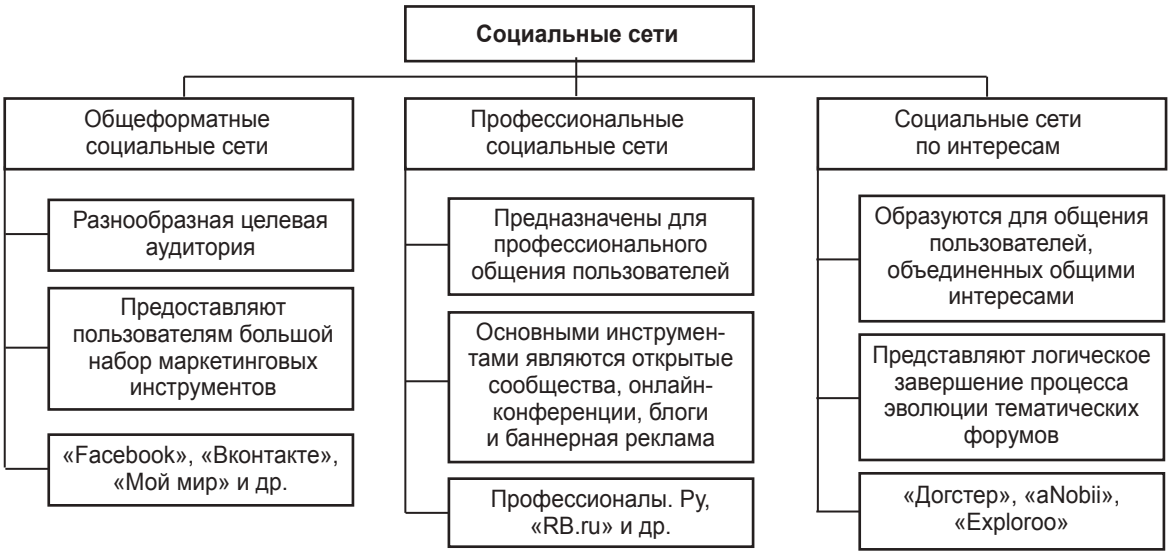


Рис. 1. **Виды социальных сетей**

Так, например, социальная сеть «Вконтакте» предлагает рекламодателям таргетинг по географическим и демографическим параметрам, социальному положению и сфере деятельности, а также по интересам пользователей.

Еще возможны такие варианты продвижения продукции, как: специальные предложения в играх, рекламные записи в сообществах и рекламные акции («офферы») [1].

Маркетинг в социальных сетях существенно отличается от маркетинга на специализированных сайтах продавцов. Он малорезультативен, когда покупателей убеждают приобрести товар, но дает впечатляющие результаты при доверительном общении с клиентами [1].

В электронной коммерции социальные сети способны решать сразу несколько маркетинговых задач:

1. Прямое общение с покупателями. Для большинства интернет-продавцов наличие аккаунтов в социальных сетях стало признаком солидности фирмы, использующей возможности прямых контактов с клиентами. Появи-

лось даже новое понятие «Оптимизация сайта под социальные сети», обозначающее комплекс мероприятий, направленных на привлечение посетителей из социальных сетей.

Прямые контакты с целевой аудиторией в социальных сетях позволяют быстро и без посредников получать маркетинговую информацию непосредственно от самих потребителей, эффективно апробировать новые маркетинговые подходы, а также экономить время и деньги на традиционной рекламе. Используя социальные сети, продавцы могут не только самостоятельно продвигать товары, но и привлекать для этого энтузиастов из числа активных участников сетевых коммуникаций. Это выводит на новый уровень сам смысл коммуникативных отношений в маркетинге.

2. Формирование фан-клубов (групп) торговых марок. Объединения поклонников собственной торговой марки – идеальная среда для продвижения товаров через Интернет. Поэтому сообщества приверженцев торговой марки при минимальных вложениях обладают большей маркетинговой эффективностью по сравнению с традиционными рекламой и PR.

В целом фан-клубы являются следующим этапом в развитии маркетинга в социальных сетях после прямых контактов. Их появление означает консолидацию пользователей под эгидой торговой марки или производителя, превращая сетевые сообщества в инструмент маркетинговой политики. Формирование таких групп происходит в социальных сетях как естественным, так и искусственным путем.

Искусственный путь подразумевает привлечение так называемых «лидеров общественного мнения» в лице популярных блоггеров, журналистов и специалистов по связям с общественностью. Такая работа требует постоянного создания информационных поводов, вербовки и поощрения сторонников и т.д. Однако после превышения критической массы пользователей процесс становится автономным.

3. Инструмент прямых продаж. Использование социальных сетей в качестве инструмента организации прямых продаж свойственно малому бизнесу. Некоторые его представители добиваются весьма существенных результатов за счет доверительности общения внутри социальной сети. Особенность сетевых сообществ заключается в наличии объединяющих людей интересов, реализация которых подразумевает высокий уровень доверительного общения [6].

В других случаях даже без явных лидеров пользователи могут объединяться для совершения коллективных покупок (аналог потребительской кооперации). Например, в той же социальной сети «Вконтакте» существует немало таких групп (молодые родители, любители красиво одеваться и т.д.) [7].

Не удивительно, что новые возможности всемирной сети так или иначе используются пользователями, в том числе и для маркетингового продвижения товаров. Принципиальное отличие здесь заключается в том, что виртуальная среда Всемирной сети нивелирует естественные коммуникативные ограничения, существующие в повседневной жизни вне Интернета. В Интернете нет расстояний, нет проблем с передачей большого объема не только текстовой, но и аудио-визуальной информации и т.д.

Именно поэтому, казалось бы, даже на первый взгляд не имеющие прямого отношения к маркетингу новые формы интернет-коммуникаций способны превратиться в достаточно эффективный инструмент маркетинга. Причина кроется в мультипликативном эффекте Интернета, позволяющего во много раз увеличить коммуникативные возможности каждого участника сетевых коммуникаций. Незначительные в обычных условиях маркетинговые возможности межличностного непрофессионального общения при помощи сетевой мультипликации превращаются в мощнейший инструмент продвижения. Это обстоятельство превращает даже самые обычные сетевые коммуникации в один из самых эффективных инструментов маркетинга. Причем в такой инструмент, роль которого постоянно возрастает, а сам он стремительно изменяется, постоянно расширяя и углубляя сферу своего применения.

Научный руководитель – преподаватель Кузнецов О. В.

Литература: 1. Современный интернет маркетинг [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://internet-marketing.in.ua. **2.** Успенский И. В. Интернет-маркетинг : учебник [Электронный ресурс] / И. В. Успенский. – Режим доступа : http://www.aup.ru. **3.** Интернет-маркетинг [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http:// marketing.spb.ru. **4.** Обучение в интернете [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http:// lessons-tva.info. **5.** Вирин Ф. О. Интернет-маркетинг: полный сборник практических инструментов / Ф. Вирин, И. Выхованец, К. Городенская и др. – М. : Эксмо, 2012. – 288 с. **6.** Стелзнер М. Контент-маркетинг. Новые методы привлечения клиентов в эпоху Интернета / М. Стелзнер. – Киев : Манн, Иванов и Фербер, 2012. – 288 с. **7.** Халилов Д. Маркетинг в социальных сетях / Д. Халилов. – М. : Эксмо, 2014. – 240 с.

АНАЛІЗ ТЕНДЕНЦІЙ РОЗВИТКУ РЕКЛАМНОГО РИНКУ В УКРАЇНІ

УДК 659.1(477)

Полякова Я. М.

Студент 3 курсу
факультету обліку і аудиту ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Розглянуто основні тенденції розвитку рекламного ринку, проаналізовано об'єм рекламного ринку за видами носіїв і надано прогнози розвитку вітчизняного ринку реклами. Виявлено основні особливості його розвитку в Україні.*

Ключові слова: *ринок, реклама, тенденції, розвиток, організація.*

Аннотация. *Рассмотрены основные тенденции развития рекламного рынка, проанализирован объем рекламного рынка по видам носителей и даны прогнозы развития отечественного рынка рекламы. Выявлены основные особенности его развития в Украине.*

Ключевые слова: *рынок, реклама, тенденции, развитие, организация.*

Annotation. *This article examines the main trends in the development of the advertising market, analyzed volume of the advertising market by types of media and projected development of the domestic advertising market. The main features of its development in Ukraine.*

Keywords: *the market, the advertising, trends, the development, the organization.*

Протягом останніх років рекламна діяльність в Україні посіла важливе місце в соціально-економічному житті населення. У зв'язку з потребою суспільства в рекламі розвивається і рекламний ринок України, де з'являються нові ідеї, розробки, стратегії. За правильної організації реклама дуже ефективна і сприяє швидкої безперебійної реалізації виробленої продукції.

Практика використання такого інструменту ведення бізнесу в Україні нараховує менш ніж два десятиліття. Проте, незважаючи на невеликий проміжок часу, ринок реклами сформувався й ефективно функціонує [1, с. 108].

Цим питанням займалися такі вчені: Г. Г. Почепцов [2], Є. В. Ромат [3], Т. І. Краско [4], Т. І. Лук'янець [5], М. Н. Айзенберг [6], П. С. Зав'ялов [7] та ін.

Як зазначає Філіп Котлер, реклама – це будь-яка оплачувана замовником форма неособистого представлення та просування ідей, товарів або послуг. Місією реклами є: інформування, переконання, нагадування чи підкріплення рішення про покупку [8].

Рекламний ринок – це поняття, що означає комплекс попиту на рекламні послуги і конкурентних пропозицій, що задовольняють потреби на ці послуги (рекламні, маркетингові, медіа та ЗМІ) [9]. В теорії обсяг рекламного ринку має дорівнювати сумі всіх рекламних бюджетів, витрачених рекламодавцями у звітному періоді. Дослідження обсягів цього ринку покликане відобразити конкурентну ринкову картину серед рекламодавців, агентств, рекламоносіїв.

Основними принципами рекламної діяльності є: законність, точність, достовірність, використання форм та засобів, що не завдають споживачеві шкоди. Закон «Про рекламу» окремо забороняє недобросовісну рекламу, яка внаслідок неточності, недостовірності, двозначності, перебільшення, порушення вимог щодо часу, місця та способу розповсюдження вводить в оману споживачів [10].

Давати характеристику рекламного ринку в нашій країні зараз дуже складно, оскільки ринок став непередбачуваний, до того ж на український ринок впливають іноземні рекламодавці.

За формами використання носіїв реклами розрізняють такі види рекламних оголошень:

- оголошення у друкованих засобах масової інформації (газети, журнали);
- відеосюжети на телебаченні;
- спеціалізовані друковані видання (каталоги, рекламні проспекти, буклети, рекламні листки, купони та ін.);
- поштову рекламу;
- аудіоролики та оголошення на радіо;
- телемаркетинг, банерна реклама, рекламні оголошення та пропозиції у засобах Інтернет;
- рекламні щити, світлові рекламні пристрої;

© Полякова Я. М., 2015

- рекламну сувенірну продукцію;
- рекламу на транспорті [7].

Згідно з даними сайту ВРК у структурі реклами, як і раніше, домінує телевізійна реклама [9].

Таблиця 1

Об'єм медійного рекламного ринку України у 2014 р. і прогноз розвитку ринку в 2015 році

	Підсумки 2013 р., млн грн	Підсумки 2014 р., млн грн	Процент зміни 2014 р. до 2013 р.	Прогноз 2015 р., млн грн
ТБ-реклама	4 940	3 930	- 20%	3 930
Преса	2 497	1 670	- 33%	1 400
Радіореклама	340	290	-15%	290
Зовнішня реклама (ООН Advertising)	1 500	1 030	- 31%	1 020
Реклама в кінотеатрах	40	30	- 25%	30
Інтернет-реклама	2 050	2 115	+ 3%	2 315
УСЬОГО	11 367	9 065	- 20%	8 985

У цілому рекламні бюджети національного телебачення впали в 2014 р. на 20 % порівняно з 2013 р. (табл. 1) [9].

Також не варто забувати й про зовнішню рекламу. Об'єми зовнішньої реклами порівняно з 2013 р. впали на 31 %, за прогнозами в 2015 р. впаде ще на 0,97 %. Щодо реклами в кінотеатрах та на радіо, то вони також мають тенденцію до спадання. Так, радіореклама впала на 15 %, та за прогнозами Всеукраїнської рекламної коаліції об'єм радіо реклами має залишитися на рівні 290 млн грн. Об'єм реклами в кінотеатрах знизився з 40 млн грн до 30 млн грн, але очікується стабілізація цього виду реклами.

Найбурхливіше в Україні розвивається ринок Інтернет-реклами. У 2014 р. Інтернет-ринок продовжив позитивний тренд. Головними складовими зростання ринку стали контекст (включаючи відео та мобільну складову), реклама в соціальних мережах. Формат відеореклами впевнено набрав обертів у 2014 р. і має всі шанси зайняти в наступному році частку близько 10 % від банерної реклами.

Розвиток Інтернет-реклами показує досить високий і швидкий темп зростання. Все більша кількість компаній спрямовують свої зусилля у сферу digital-маркетингу. На сьогодні Інтернет-реклама є одним із основних інструментів розвитку підприємства. Інтернет реклама є легко змінюваним і прогнозованим видом реклами. Ефективність такої реклами набагато простіше відстежити, ніж від будь-яких інших варіантів реклами, доступних на ринку на цей час.

В 2015 р. очікується зниження об'єму рекламного ринку до рівня 8985 млн грн, тобто знизиться на 0,88 %. Це пояснюється уповільненням економічної активності.

Для українського ринку реклами можна визначити такі основні тенденції розвитку. Доповнено і перероблено на основі джерел [8; 9]:

- впровадження новітніх технологій надасть змогу покращити рекламний ринок;
- нововведення у рекламній діяльності можуть посприяти появі нових та ефективних методів на ринку товарів і послуг;
- спостерігається зростання витрат на рекламу на телебаченні, в той же час спостерігається зниження витрат на рекламу та в газетах;
- радіореклама, преса та ТВ-реклама втрачають ефективність;
- через те, що підвищується роль реклами в мережі Інтернет, прослідковується зниження впливу телевізійної реклами.

Отже, розглянувши стан українського рекламного ринку, можна зрозуміти, що він знаходиться тільки на стадії становлення, але існує значний потенціал розвитку рекламного ринку на сучасному етапі його розвитку. Сказане про рекламний ринок можна узагальнити таким чином: по-перше, реклама є важливою складовою сучасного ринку; а по-друге, рекламний ринок оперує великими грошовими ресурсами і отримує прибуток через добре організовані рекламні кампанії.

Науковий керівник – викладач Корчагіна Г. А.

Література: 1. Миронов Ю. Б. Основи рекламної діяльності : навч. посіб. / Ю. Б. Миронов, Р. М. Крамар. – Дрогобич : Посвіт, 2007. – 108 с. **2.** Почепцов Г. Г. Теория коммуникации / Г. Г. Почепцов. – М. : Рефл-бук ; Київ : Ваклер, 2001. – 656 с. **3.** Ромат Є. В. Трансформація моделі державного управління рекламною діяльністю у перехідних умовах : монографія / Є. В. Ромат. – Київ : Вид-во НАДУ, 2003. – 380 с. **4.** Краско Т. И. Психология рекламы / Т. И. Краско ; под ред. Е. В. Ромата. – Харьков : Студцентр, 2002. – 216 с. **5.** Лук'янець Т. І. Маркетингова політика комунікацій : навч. посіб. / Т. І. Лук'янець. – Київ : КНЕУ, 2003. – 524 с. **6.** Айзенберг М. Н. Менеджмент рекламы / М. Н. Айзенберг. – М. : ЮНИТИ, 1993. – 80 с. **7.** Завьялов П. С. Маркетинг в схемах, рисунках, таблицах : учеб. пособие / П. С. Завьялов. – М. : ИНФРА-М, 2001. – 496 с. **8.** Котлер Ф. Маркетинговий менеджмент : підручник / Ф. Котлер, К. Л. Келлер, А. Ф. Павленко та ін. – Київ : Вид-во «Хімджест», 2008. – 720 с. **9.** Офіційний сайт Всеукраїнської рекламної коаліції [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.adcoalition.org.ua. **10.** Про рекламу [Електронний ресурс] : Закон України від 03.07.1996 № 271/96-ВР. – Режим доступу : http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/270/96-%D0%B2%D1%80.

ИНФОРМАЦИОННЫЕ СЕТИ В ГОСТИНИЧНОЙ СФЕРЕ

УДК 004.78:640.41

Помазан Д. Г.

Студент 6 курса
факультета учета и аудита ХНЭУ им. С. Кузнеца

Аннотация. *Введение в гостиничный бизнес новых информационных технологий способствует улучшению качества обслуживания при одновременном сокращении персонала. Компьютеризация гостиниц, начавшаяся еще в 80-х гг. XX в., в настоящее время проходит быстрыми темпами и по двум главным направлениям: 1) подключение гостиниц к мировым транснациональным компьютерным сетям универсального и специализированного назначения для осуществления функции постоянного и быстрого бронирования мест в гостинице из любой точки планеты; 2) автоматизация трудоемких технологических процедур по управлению гостиницей (процедур планирования, учета, контроля), а также автоматизация технологических процедур жизнеобеспечения и обеспечения безопасности.*

Ключевые слова: *маркетинг, информационные сети, гостиничный бизнес.*

Анотація. *Введення в готельний бізнес нових інформаційних технологій сприяє поліпшенню якості обслуговування при одночасному скороченні персоналу. Комп'ютеризація готелів, що почалася ще в 80-х рр. XX ст., на сьогодні проходить швидкими темпами і по двох головних напрямках: 1) підключення готелів до світових транснаціональним комп'ютерних мережах універсального та спеціалізованого призначення для здійснення функції постійного і швидкого бронювання місць у готелі з будь-якої точки планети; 2) автоматизація трудомістких технологічних процедур з управління готелем (процедур планування, обліку, контролю), а також автоматизація технологічних процедур життєзабезпечення і забезпечення безпеки.*

Ключові слова: *маркетинг, інтеграційний маркетинг, готельний бізнес.*

Annotation. *Introduction to the hospitality industry of new information technologies contribute to improving service quality while reducing staff. Computerization of hotels, which began in the 80's. XX century., Is currently undergoing a rapid pace and the two main directions: 1) connection to the world of hotels transnational cyber universal and dedicated service for the permanent and fast hotel reservation from anywhere in the world, 2) automation of labor-intensive process procedures for the management of the hotel (the planning procedures, Accounting, control), as well as automation of technological processes and livelihood security.*

Keywords: *marketing, information marketing, hotel business.*

© Помазан Д. Г., 2015

Компьютерные технологии позволяют решать многие задачи современного менеджмента и маркетинга более совершенными средствами. Сейчас трудно себе представить без компьютерного обеспечения процессов управления не только средний отель, но и даже малые отели, с числом номеров менее 100. Известные гостиничные корпорации вслед за авиакомпаниями стали в свое время пионерами использования компьютерных гостиничных систем как для внутреннего управления, так и создания собственных транснациональных компьютерных систем бронирования и резервирования мест. Использование информационных систем увеличивает уровень сервиса и, как следствие, возрастает уровень сервиса и лояльность потребителей. На данном этапе мир буквально «опутан» компьютерными сетями бронирования и резервирования мест в гостиницах и среди комфортабельных гостиниц уже нет такой, которая не подключена к одной или нескольким сетям. Существуют следующие возможности использования глобальных международных компьютерных сетей [1]:

1. Подключение к компьютерной специализированной корпоративной гостиничной сети, принадлежащей одной из транснациональных гостиничных цепей («Холидей», «Хилтон» и т.д.). Примером наиболее крупной гостиничной сети является сеть «Холидекс-2000», принадлежащая «Холидей Инн» с мощным компьютерным центром в Атланте (США), объединяющая свыше 1770 гостиниц (с 338 тыс. номеров), расположенных в 56 странах. Данная система уже интегрирована с 20 другими международными сетями (авиакомпаниями, гостиницами, туроператорами) и производит более 30 млн операций по бронированию в год (по официальным данным на сайте этой системы) [1].

2. Подключение к любой глобальной компьютерной сети бронирования, созданной первоначально для бронирования авиабилетов, а затем в течение второй половины 90-х гг. ставшей универсальной системой бронирования и резервирования мест на самолетах, других видах транспорта, в гостиницах, театрах и т. д. Примерами таких мощных компьютерных сетей являются Галилео, Амадеус, Сейбр, Уордспан. Несмотря на конкуренцию между компьютерными сетями, существует тенденция к интеграции между собой этих сетей.

3. Подключение к региональной компьютерной сети, принадлежащей крупному туроператору или ассоциации турфирм.

4. Подключение к компьютерной мировой сети универсального информационного назначения Интернет, которая стала в настоящее время наиболее крупной сетью и в результате интеграции со специализированными компьютерными сетями бронирования и резервирования, принадлежащими авиакомпаниям, транспортным компаниям и гостиничным объединениям, позволяет осуществлять то же самое бронирование по своим информационным каналам [2].

Гостиницы могут также использовать комбинацию этих возможностей при обоснованной необходимости. К настоящему времени имеется также большой выбор компьютерных систем для внутри гостиничного применения в качестве автоматизированной системы управления. Разработчики современных компьютерных систем для гостиниц могут адаптировать свой программный продукт под любую гостиницу. Хотя одновременно на рынке этих систем существует множество готовых модификаций, из которых можно выбрать приемлемую для той или иной гостиницы с учетом особенностей технологических процессов планирования, учета и контроля. Естественно, в «цепочечных» отелях ввиду унификации технологий используются внутрикорпоративные компьютерные системы управления, что является еще одним преимуществом цепи [3].

Гостиничные компьютерные системы также являются интегрированными системами, объединяющими функции взаимосвязи с глобальными сетями бронирования, автоматизации операций контактной службы (прием и размещение гостей, ведение картотеки гостей и т. д.), [4] функции бухгалтерского учета и контроля и финансового менеджмента в целом, обеспечения безопасности с помощью электронных систем, контроля за технологическими системами и регулирования технологических процессов жизнеобеспечения (тепло- и водоснабжение, воздухоочистка и вентиляция, поддержание теплового комфорта и т. д.) [5].

Использование глобальных международных сетей облегчает работу в структуре гостиничного комплекса, главным образом ускоряет продажу гостиничного продукта.

Следует отметить усиление влияния интернет-технологий на весь комплекс маркетинга-микс международных гостиничных комплексов на современном этапе. В товарной политике онлайн-бронирование позволяет сделать неосязаемую услугу осязаемой, устранить либо существенно сократить сложности, связанные с одновременностью производства, реализации и потребления гостиничной услуги; необходимостью непосредственного контакта для реализации гостиничной услуги. В области ценовой политики интернет способствует созданию прозрачности цен для потребителей и посредников (туроператоров и турагентств). В сбытовой политике онлайн-бронирование стало дополнительным каналом дистрибьюции для гостиниц. В коммуникационной политике важную роль играют гостиничные веб-сайты с большим набором мультимедийных возможностей и электронная реклама.

Внедрение информационных сетей в гостиничное дело является жизненно необходимым для открытия, перспективы роста и функционирования предприятий данной отрасли. С одной стороны, это самореклама предприятия, открытость информации о гостинице (что позволит клиентам более детально ознакомится с предоставляемыми услугами на фото, видео, отзывах и т. д.), с другой стороны, информационные системы упрощают поиск

клиентов и оформление заказов. Так же информационные сети положительно влияют на конкурентоспособность гостиницы, клиентам больше по душе выбрать гостиницу через интернет нежели полагаться на маклеров или объявления в вопросе выбора гостиницы.

Научный руководитель – преподаватель Кузнецов О. В.

Литература: 1. Ляпина И. Ю. Организация и технология гостиничного обслуживания : учеб. для нач. проф. образования / И. Ю. Ляпина ; под ред. А. Ю. Лапина. – М. : Академия, 2011. – 208 с. **2.** Скобкин С. С. Практика сервиса в индустрии гостеприимства и туризма : учеб. пособие / С. С. Скобкин. – М. : Магистр, 2007. – 256 с. **3.** Все о маркетинге: Сборник материалов. – М. : Азимут-Центр, 2007. – 471 с. **4.** Экономика туристического рынка : учебник / В. И. Азар, С. Ю. Туманов. – М. : Финпресс, 2008. – 315 с. **5.** Гуляев В. Г. Новые информационные технологии в туризме : учеб. пособие / В. Г. Гуляев. – М. : Приор, 2010, – 415 с.

ПРОБЛЕМЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ БУХГАЛТЕРСКОГО БАЛАНСА ДЛЯ ПРИНЯТИЯ ЭФФЕКТИВНОГО УПРАВЛЕНЧЕСКОГО РЕШЕНИЯ

УДК 657.36:005.53

Пидан И. С.

Студент 3 курса
факультета экономики и права ХНЭУ им. С. Кузнеца

Аннотация. *Рассмотрено понятие бухгалтерского баланса предприятия; исследована его необходимость для организации и определены функции, которые выполняет баланс, а также обосновано назначение и раскрыты проблемы использования бухгалтерского баланса.*

Ключевые слова: *бухгалтерский баланс, контроль, учет, проблема, информация, назначение, стандарт.*

Анотація. *Розглянуто поняття бухгалтерського балансу підприємства; досліджено його необхідність для організації та визначено функції, які виконує баланс, а також обґрунтовано призначення та розкрито проблеми використання бухгалтерського балансу.*

Ключові слова: *бухгалтерський баланс, контроль, облік, проблема, інформація, призначення, стандарт.*

Annotation. *This paper considers the concept of the balance sheet of the enterprise, it is investigated the need to organize and define a function that performs a balance, as well as justified by the purpose and solved the problem of the use of the balance sheet.*

Keywords: *balance, control, accounting, issue, information, purpose, standard.*

В экономической жизни хозяйствующего субъекта, действующего в условиях конкурентной борьбы, помимо материальных и финансовых ресурсов, имеют огромное значение ценности неявного характера: доступный ему сектор рынка, общая экономическая стабильность, наличие информационного обеспечения экономического и неэкономического видов [1].

Баланс в современном бухгалтерском учете занимает центральное место в отчетности предприятия. В нем содержится информация о финансовом положении предприятия на данный момент времени, что посредством

© Пидан И. С., 2015

финансового анализа позволяет руководству (как и другим пользователям отчетности) объективно оценить финансовое состояние предприятия и принимать верные и эффективные управленческие решения.

Значение бухгалтерского баланса настолько велико, что он часто выделяется в отдельную отчетную единицу.

Исследованию проблем методологии составления финансовой отчетности посвящены работы многих ведущих ученых, таких как Задорожный З., Крупка Я., Ионин Е., Шиян Д., Строченко Л., Чернелевский Л., Ивахненко В., Пасенко Н., Тютюнник П., Волошан И. Однако мало внимания уделялось проблемам использования бухгалтерського баланса для принятия эффективного управленческого решения.

Цель статьи – теоретическое обоснование сущности и назначения бухгалтерского баланса, а также его практическое применение и проблемы его использования.

Объектом исследования является процесс формирования и использования бухгалтерского баланса.

Предмет исследования – теоретическое обоснование сущности и назначения бухгалтерского баланса, а также проблем его использования.

Такой важный элемент бухгалтерской отчетности, как баланс, в разное время изучался различными авторами и специалистами. Баланс (французское balance – весы) – система показателей, сгруппированных в сводную ведомость в виде двусторонней таблицы, отображающей наличие хозяйственных средств и источников их формирования в денежной оценке на определенную дату [2].

Согласно ст. 1 Закона Украины «О бухгалтерском учете и финансовой отчетности в Украине» бухгалтерский учет является процессом выявления, измерения, регистрации, накопления, обобщения, хранения и передачи информации о деятельности предприятия внешним и внутренним пользователям для принятия решений [3].

Умение читать бухгалтерский баланс дает возможность: получить значительный объем информации о предприятии; определить степень обеспеченности предприятия собственными оборотными средствами; установить, за счет каких статей изменилась величина оборотных средств; оценить общее финансовое состояние предприятия даже без расчетов аналитических показателей.

Бухгалтерский баланс в современном бухгалтерском учете занимает, по мнению многих специалистов и рядовых работников бухгалтерской сферы, центральное место в отчетности. Если раньше весь бухгалтерский учет был строго регламентирован, то в настоящее время ведение отчетности получило более свободную основу. Это представляет дополнительный интерес в рассмотрении данной темы.

Данные баланса необходимы [4]:

- для контроля за наличием и структурой средств и источников;
- для контроля за размещением средств;
- для контроля за степенью изношенности основных средств предприятия;
- для анализа финансового состояния и платежеспособности предприятия.

Основными требованиями, которые предъявляются к отчетности, являются правдивое и точное отражение действительных результатов деятельности предприятия, строгая увязка всех показателей.

Собственники анализируют финансовые отчеты для повышения доходности капитала, обеспечения стабильности положения фирмы. Кредиторы и инвесторы анализируют финансовые отчеты, чтобы минимизировать свои риски по займам и вкладам. Субъектами анализа выступают заинтересованные в деятельности предприятия пользователи информации. Каждый субъект анализа изучает информацию исходя из своих интересов. Так, собственникам необходимо определить увеличение или уменьшение доли собственного капитала и оценить эффективность использования ресурсов администрацией предприятия; кредиторам и поставщикам – целесообразность продления кредита, условия кредитования, гарантии возврата кредита; потенциальным собственникам и кредиторам – выгодность помещения в предприятие своих капиталов.

В экономике баланс выполняет важные функции [5]:

- баланс знакомит собственников, менеджеров и других лиц, связанных с управлением, с имущественным состоянием организации;
- по балансу определяют, способна ли организация выполнить свои обязательства;
- по балансу определяют конечный финансовый результат деятельности организации;
- на показателях, приведенных в балансе, осуществляется контроль за движением денежных средств.

Несмотря на то, что бухгалтерскому балансу отведена важная роль в деятельности предприятия, существуют определенные сложности, связанные с его использованием.

Баланс и прочие формы финансовой отчетности, несмотря на существенные изменения, внесенные при их трансформации, все еще не полностью соответствуют требованиям международных стандартов учета и финансовой отчетности и потребностям менеджмента. Это касается принципа существенной информации. Существен-

ность информации определяет преимущественно руководство предприятия, основываясь на том, насколько серьезно эта информация может повлиять на принятие пользователем отчетности управленческих решений.

При составлении бухгалтерских балансов украинские предприятия все еще не полностью придерживаются принципа нетто – оценок, которые связаны в некоторых случаях с внесением в валюту баланса сальдо по некоторым синтетическим счетам либо субсчетам.

Необходимо отметить, что действующий бухгалтерский баланс не в полной мере отвечает потребностям контроля за соблюдением принятого в финансовом менеджменте «золотого правила ликвидности», согласно которому активы предприятия должны финансироваться пассивами такой же срочности. Это связано с недостаточно четким разграничением в балансах украинских предприятий текущих и долгосрочных активов и обязательств.

Отсутствие в балансе четкого деления активов и обязательств на текущие и долгосрочные создает трудности пользователям финансовой отчетности при оценке финансового состояния предприятий. В связи с этим для повышения точности финансового анализа отдельные ученые предлагают отражать в примечаниях к годовой финансовой отчетности состав статьи «Расходы будущих периодов» в разрезе необоротных и оборотных активов, а «Доходы будущих периодов» – в разрезе долгосрочных и текущих обязательств. Реализация этого предложения не требует изменений в балансе. Однако она касается лишь годовой финансовой отчетности и не затрагивает квартальную.

Более радикальный способ решения этой проблемы предложили З. Задорожный и Я. Крупка. Они считают, что отнесение доходов будущих периодов и статей обеспечения последующих расходов и платежей к обязательствам является необоснованным, а поэтому предлагают внести их в состав собственного капитала предприятия [6].

Рассмотрим построение балансов в Украине и России. Бухгалтерские балансы российских предприятий сформированы по пятиблочной схеме. От этого их информационная емкость и аналитичность по сравнению с балансами отечественных предприятий является даже несколько совершенней. Пятиблочный баланс имеет очевидные преимущества. Он позволяет четко выделить долго- и краткосрочные обязательства, поэтому значительно упрощаются экономические взаимосвязи между активом и пассивом баланса, что улучшает его как дескриптивную модель финансового состояния предприятия. Такая схема дает возможность пользователям финансовой отчетности без проблем рассчитать сумму собственного оборотного капитала (СОК) одним из двух способов, которые дают одинаковые результаты [7]:

– как разницу между оборотными активами и краткосрочными обязательствами;

– как разницу между суммой собственного капитала, резервов и долгосрочных обязательств и суммой необоротных активов.

Вместе с тем по действующему девятиблочному балансу украинских предприятий существует проблема неоднозначности взглядов на методику расчета этого важного финансового показателя. В различных методических документах можно найти принципиально отличные способы расчета суммы СОК. Отличие способов расчета нарушает единство методической основы анализа финансовой отчетности предприятий.

Одним из первых обратил внимание на эту проблему в 2002 г. В. Мовчаренко, который обнаружил в отечественной экономической литературе семь способов расчета СОК. По его мнению, это приводит к искажению величины СОК. На неоднозначность методик расчета обращает внимание также Е. Ионин, рассматривая аналитические аспекты проблемы внедрения в Украине Международных стандартов раскрытия финансовой информации [8].

Таким образом, бухгалтерский баланс как элемент метода бухгалтерского учета венчает процедуру обработки бухгалтерских данных, обобщая их в информационную модель финансового состояния экономического субъекта. Информация этой модели, представленная в виде отчетных показателей балансовых строк основной формы финансовой отчетности, выступает источником при оценке (анализе) функционирования хозяйственной единицы, ее производственно- хозяйственной и финансовой деятельности, направленной на совершенствование или развитие всей системы управления предприятием.

На основе данных, представленных в балансе, заинтересованные пользователи имеют возможность изучать наличие, размещение и использование ресурсов, финансовую устойчивость и платежеспособность организаций и удовлетворять таким образом свои информационные потребности.

Современный бухгалтерский учет не совершенен, но эти проблемы решаются, и примером того могут быть недавние изменения 2013 года в бухгалтерском учете: Об утверждении Изменений к некоторым нормативно-правовым актам Министерства финансов Украины по бухгалтерскому учету (приказ от 27.06.2013 № 627). Они заключаются в следующем [9]: Дополнить п. 12 Положения (стандарта) бухгалтерского учета 10 «Дебиторская задолженность», утвержденного приказом Министерства финансов Украины от 08 октября 1999 года № 237, зарегистрированного в Министерстве юстиции Украины 25 октября 1999 года за № 725/4018 (с изменениями), новым абзацем такого содержания:

«Дебиторская задолженность по расчетам с бюджетом включает задолженность финансовых и налоговых органов, а также авансовые платежи, переплату по налогам и сборам, другим платежам в бюджет и отображается в балансе с выделением задолженности по налогу на прибыль».

3. В Положении (стандарте) бухгалтерского учета 8 «Нематериальные активы», утвержденном приказом Министерства финансов Украины от 18 октября 1999 года № 242, зарегистрированном в Министерстве юстиции Украины 02 ноября 1999 года за № 750/4043 (с изменениями):

1) в п. 22 слова «дополнительного капитала» заменить словами «капитала в дооценках и в другом совокупном доходе»;

2) в п. 23 слова «другого дополнительного капитала» заменить словами «капитала в дооценках и отображается в другом совокупном доходе»;

3) в п. 24 слова «дополнительного капитала» заменить словами «капитала в дооценках».

И так далее, т.е. Украина находится на правильном пути решения проблем использования бухгалтерского учета для принятия эффективных управленческих решений.

Дальнейшее исследование проблемы использования бухгалтерского баланса в анализе должно осуществляться в направлении разработки и использования динамических моделей стратегического регулирования финансовой устойчивости предприятий, а также развития диагностики на основе мониторинга соблюдения этих моделей.

Научный руководитель – канд. экон. наук, доцент Тютликова В. В.

Литература: 1. Завгородний В. П. Бухгалтерский учет в Украине : учеб. пособие / В. П. Завгородний. – Киев : А.С.К., 2010. – С.235 –240. **2.** Чебанов Н. В. Бухгалтерский финансовый учет : учеб. пособие / Н. В. Чебанов, Ю. А. Василенко. – Киев : Академия, 2002. – 672 с. **3.** Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні [Электронный ресурс] : Закон України від 16.07.1999 № 996-XIV. – Режим доступа : http://zakon2.rada.gov.ua /laws/show/996-14. **4.** Захарьин В. Р. Теория бухгалтерского учета : учебник / В. Р. Захарьин. – М. : ИНФРА-М, 2008. – 137 с. **5.** Корнийчук Г. В. Бухгалтерские ошибки: классификация и исправления // Все о бухгалтерском учете. – 2011. – № 8. – С. 33–36. **6.** Задорожний З. В. Формування інформації про капітал у балансі підприємства / З. В. Задорожний, Я. Д. Крупка // Торгівля, комерція і підприємництво : зб. наук. пр. Львів. комерц. акад. – 2009. – № 5. – С. 185–188. **7.** Мовчаренко В. В. Проблеми використання фінансової звітності в аналізі. Трансформація курсу «Економічний аналіз діяльності підприємства». – Київ, 2002. – С. 369–377. **8.** Ионин Е. Н. Проблемы внедрения в Украине международных стандартов раскрытия информации: аналитические аспекты // Бухгалтерский учет и аудит. – 2007. – № 4. – С. 24–34. **9.** Об утверждении Изменений к некоторым нормативно-правовым актам Министерства финансов Украины по бухгалтерскому учету [Электронный ресурс] : Приказ Министерства финансов Украины от 27.06.2013 № 627. – Режим доступа : http://www.dt-kt.com.

ОСОБЛИВОСТІ ОБЛІКУ ПОЗАБАЛАНСОВИХ РАХУНКІВ

УДК 657.4

Піляєва О. В.

Студент 3 курсу
факультету економіки і права ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Розглянуто особливості обліку позабалансових рахунків, що призначені для обліку активів, майна та заборгованостей, які не належать підприємству і не включаються до підсумку балансу, проте вони є складовою частиною бухгалтерського обліку й в подальшому можуть впливати на фінансові результати підприємства.*

Ключові слова: *бухгалтерський облік, баланс, бухгалтерські рахунки, позабалансові рахунки, активи, зобов'язання, власний капітал.*

© Піляєва О. В., 2015

Аннотация. *Рассмотрены особенности учета внебалансовых счетов, предназначенных для учета активов, имущества и задолженностей, которые не принадлежат предприятию и не включаются в итог баланса, однако, несмотря на это, они являются составной частью бухгалтерского учета и в дальнейшем могут влиять на финансовые результаты предприятия.*

Ключевые слова: *бухгалтерский учет, баланс, бухгалтерские счета, внебалансовые счета, активы, обязательства, собственный капитал.*

Annotation. *The article discusses the features of accounting of off-balance sheet accounts intended for accounting of assets and liabilities that are not owned by the company and are not included in the total balance, but they are an integral part of the accounting and in the future may affect the financial results of the company.*

Keywords: *accounting, balance sheet, accounts, off-balance sheet accounts, assets, liabilities, equity.*

Всі господарські операції, що здійснює підприємство, підлягають обов'язковому відображенню в бухгалтерському обліку. За допомогою ведення бухгалтерського обліку здійснюється аналіз і контроль за фінансовим положенням підприємства, за його активами, зобов'язаннями, власним капіталом та за результатами його діяльності.

Однак досить часто в процесі своєї діяльності керівництво підприємства здійснює операції з приймання, зберігання, використання та вибуття майна, що не належить йому. Облік таких операцій ведеться на позабалансових рахунках. Позабалансовий облік є складовою частиною бухгалтерського обліку суб'єктів підприємницької діяльності і відображає явища, які в момент їх виникнення не впливають на стан балансу підприємства. Проте він забезпечує реальне відображення фінансового стану підприємства та дає можливість спрогнозувати його майбутні зміни.

Значний внесок у розробку теоретичних і практичних аспектів позабалансового обліку операцій зробили такі провідні дослідники, як М. В. Кужельний, Г. Г. Кірейцев, Н. Г. Виговська, С. Ф. Голов, А. Г. Загородній, В. В. Сопко, *Л.* К. Сук, С. О. *Л*евицька, *Л.* Г. *Л*овінська та ін.

Метою статті є розгляд сутності та особливостей застосування позабалансового обліку на підприємствах.

Таким чином, позабалансові рахунки призначені для обліку майна та заборгованості, які фактично не належать підприємству, а тому не можуть бути включені до балансу. Це орендовані необоротні активи, активи на відповідальному зберіганні, списані активи тощо. Вони обліковуються на балансі тих підприємств, яким вони належать на правах власності. При складанні балансу залишки з позабалансових рахунків не включають до балансу, бо вони входять у баланс тих підприємств, яким фактично належать. Якби такі активи відображалися у балансі, то при зведенні балансів підприємств вони показувалися б двічі: один раз – на балансі власника, а другий – на балансі того підприємства, в якому вони перебувають тимчасово [1].

Позабалансові рахунки включені у клас 0 "Позабалансові рахунки" плану рахунків. Вони призначені для узагальнення інформації про наявність і рух:

1) цінностей, що не належать підприємству, але тимчасово перебувають у його користуванні, розпорядженні або на зберіганні (об'єкти оперативної (операційної) оренди основних засобів, матеріальні цінності на відповідальному зберіганні, переробці, комісії, монтажі);

2) умовних прав і зобов'язань підприємства (застави, гарантії, зобов'язання тощо);

3) бланків суворого обліку;

4) списаних активів (нестачі цінностей, дебіторська заборгованість) для спостереження за можливістю їх відшкодування винними особами (боржниками);

5) амортизаційних відрахувань [2, с. 93].

Так, умовно позабалансові рахунки можна поділити на три підгрупи:

1) майнові – необоротні активи орендовані та на відповідальному зберіганні;

2) операційно-контрольні – бланки суворого обліку та списані активи;

3) умовних прав та зобов'язань (гарантії та забезпечення, непередбачені активи та зобов'язання) [1].

Таким чином, структура позабалансових рахунків має такий вигляд:

1) 01 Орендовані необоротні активи;

2) 02 Активи на відповідальному зберіганні;

3) 03 Контрактні зобов'язання;

4) 04 Непередбачені активи та зобов'язання;

5) 05 Гарантії та забезпечення надані;

6) 06 Гарантії та забезпечення отримані;

7) 07 Списані активи;

8) 08 Бланки суворого обліку;

9) 09 Амортизаційні відрахування.

Під час ведення позабалансових рахунків не застосовується подвійний запис, тому їх слід вважати не бухгалтерськими, а статистичними, оперативно-технічними. Інформація з позабалансових рахунків використовується для заповнення Приміток до річної фінансової звітності (форма № 5).

Також слід зазначити, що ці рахунки не можна поділяти на активні та пасивні, оскільки вони не включаються до підсумку балансу. Проте вони за структурою схожі на активні рахунки. Вони не кореспондують між собою і не кореспондують із балансовими рахунками, на них не поширюється правило подвійного запису, і внаслідок цього вони закриваються одностороннім порядком [2, с. 95].

Розглядаючи побудову рахунку, слід зазначити, що кожний позабалансовий рахунок складається з двох частин: лівої і правої. У лівій частині відображається наявність майна і зобов'язань, які не можна відображати в балансі. У правій – їх відсутність або зменшення. Тобто терміни "дебет" і "кредит" стосовно позабалансових рахунків не використовують [3, с. 67].

Призначення позабалансових рахунків полягає:

1) у своєчасному оформленні документів про надходження та вибуття вищевказаних засобів;

2) у контролі за використанням засобів та джерел їх покриття;

3) у правильній організації синтетичного та аналітичного обліку майна та зобов'язань;

4) у наявності всебічної та повної інформації про ці рахунки для потреб управління засобами [5, с. 25].

Завдяки веденню обліку на позабалансових рахунках забезпечується:

1) реальне відображення економічного стану підприємства, що дозволяє чітко відокремити власні об'єкти від невласних;

2) спостереження за збереженням активів, які належать іншим підприємствам, та контроль законності використання документів суворого обліку;

3) прогнозування можливих майбутніх змін майнового стану підприємства, що пов'язані з позабалансовими активами [4].

У свою чергу, відсутність позабалансового обліку або порушення правил його ведення можуть призвести до негативних наслідків:

1) можливих зловживань матеріалами та цінностями, прийнятими на відповідальне зберігання;

2) складності встановлення матеріальної відповідальності працівників складів;

3) виникнення суперечок із постачальниками та покупцями.

Таким чином, можна дійти висновку, що ведення позабалансового обліку є важливою складовою бухгалтерського обліку, тому що у комплексі з балансом дає реальну картину фінансового становища підприємства. Також він може використовуватися у плануванні подальшої діяльності та стратегії суб'єкта господарювання. Особливістю позабалансових рахунків є те, що вони не відносяться до балансу, на них не поширюється правило подвійного запису, і вони не кореспондують між собою. Деякі підприємці відмовляються у веденні позабалансового обліку, проте його відсутність може призвести до негативних наслідків, що зазначені у статті. Тому в подальшому необхідно розробити чіткі методичні рекомендації щодо обліку активів та зобов'язань на позабалансових рахунках.

Науковий керівник – старший викладач Андрющенко В. О.

Література: 1. Облік на позабалансових рахунках [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://readbookz.com. **2.** Сук Л. К. Фінансовий облік : навч. посіб. / Л. К. Сук, П. Л. Сук . – Київ : Ун-т "Україна", 2007. – 453 с. **3.** Скирпан О. П. Бухгалтерський облік. Курс лекцій : навч. посіб. / О. П. Скирпан, Р. Ф. Бруханский. – Тернопіль : ТНЕУ, 2010. – 292 с. **4.** Облікова реєстрація об'єктів позабалансового обліку [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://pidruchniki.com. **5.** Суглобов А. Е. Бухгалтерський облік і аудит : навч. посіб. / А. Е. Суглобов, Б. Т. Жарилгасова. – М. : КНОРУС, 2007. – 496 с.

УДОСКОНАЛЕННЯ ОРГАНІЗАЦІЇ ОБЛІКУ РОЗРАХУНКІВ ІЗ ОПЛАТИ ПРАЦІ НА КОМУНАЛЬНОМУ ПІДПРИЄМСТВІ

УДК 657.331.2

Піскун О. О.

Студент 4 курсу
факультету обліку і аудиту ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Проаналізовано роль організації обліку розрахунків із оплати праці в сучасних умовах. Розглянуто основні проблемні аспекти організації обліку розрахунків із оплати праці, запропоновано вирішення розглянутих проблем, а також визначено завдання для удосконалення обліку оплати праці на комунальному підприємстві.*

Ключові слова: *заробітна плата, організація оплати праці, синтетичний і аналітичний облік, графік документообігу, облік оплати праці.*

Аннотация. *Проанализирована роль организации учета расчетов по оплате труда в современных условиях. Рассмотрены основные проблемные аспекты организации учета расчетов по оплате труда, предложено решение рассматриваемых проблем, а также определены задачи по совершенствованию учета оплаты труда на коммунальном предприятии.*

Ключевые слова: *заработная плата, организация оплаты труда, синтетический и аналитический учет, график документооборота, учет оплаты труда.*

Annotation. *The article analyzes the role of accounting calculations of wages in the modern world. The main aspects of the problem of accounting wage proposed resolution of the issues and objectives identified for improvement of accounting wages to utilities.*

Keywords: *salary, wages organization, synthetic and analytical accounting, graphic document, record pay.*

Оплата праці є одним із чинників ефективності діяльності підприємства, оскільки розмір заробітної плати, своєчасність і повнота розрахунків позитивно впливає на якість праці найманих працівників і на суму витрат підприємства. Облік праці та заробітної плати є важливою ланкою обліку на підприємстві, а тому потребує впровадження заходів щодо удосконалення.

Актуальність теми не викликає сумнівів, оскільки сегмент «облік заробітної плати» є важливою складовою всього бухгалтерського обліку, роботи з працівниками та податкових відрахувань.

Теоретичними і практичними питаннями організації обліку розрахунків із оплати праці та шляхів його вдосконалення присвятили праці багато вчених, зокрема: Сопко В. В., Хомін П. Я., Гарасим П. М., Бутинець Ф. Ф., Жук Н. Л., Андрущенко Л. О., Голов С. Ф., Білуха М. Т., Дорош Н. І., Усач Б. Ф. Проте стрімкий розвиток економіки вимагає нових заходів щодо покращення організації обліку розрахунків із працівниками з оплати праці.

Метою дослідження є визначення проблемних аспектів організації обліку розрахунків із оплати праці та пошук шляхів його удосконалення.

У складі виробничих витрат оплата праці складає до 40 % всіх витрат і значно впливає на формування фінансових результатів діяльності підприємства. Від організації обліку оплати праці залежить якість, справедливість, повнота і своєчасність розрахунків із робітниками з оплати праці. Здійснюючи удосконалення організації обліку оплати праці, підприємство має підходити до цього питання обґрунтовано, враховуючи доцільність, використовуючи результати наукових досліджень і передового досвіду [1].

Проблемними питаннями організації обліку праці та її оплати є: регламентація організації праці на підприємстві; контроль за використанням робочого часу та забезпечення зростання продуктивності праці; своєчасне і правильне визначення сум нарахованої заробітної плати та відрахувань органам соціального страхування та віднесення їх на собівартість продукції (робіт, послуг), а також на інші витрати; здійснення у встановлені терміни всіх розрахунків із працівниками і службовцями із заробітної плати та інших виплат; облік і контроль за використанням фонду заробітної плати та іншими грошовими коштами, які виділяють для оплати праці працівників підприємства.

Якість організації бухгалтерського обліку заробітної плати характеризується правильністю та узгодженістю синтетичного й аналітичного обліку. Синтетичний облік надає узагальнюючу інформацію і є основою для складання фінансової звітності. Дані аналітичного обліку характеризують розміщення та склад персоналу за місцями

© Піскун О. О., 2015

його використання, відпрацьований і невідпрацьований час, фонд заробітної плати і його структуру, динаміку заробітної плати за категоріями персоналу, місцями виникнення витрат. Він необхідний для визначення розміру заробітної плати, відрахувань з неї та при віднесенні на рахунки витрат [2].

Для комунальних підприємств доцільним є до субрахунку 661 «Розрахунки із заробітної плати» запропонувати уточнений склад аналітичних рахунків четвертого і п'ятого порядків (рис. 1).

Рис. 1. **Аналітичні рахунки до субрахунку 661 «Розрахунки із заробітної плати»** (запропоновано автором)

Такий склад рахунків забезпечить детальніше врахування різних виплат працівника та дозволить деталізувати інформацію під час формування бухгалтерських проведень.

Одним із напрямів удосконалення системи ведення бухгалтерського обліку є зменшення кількості документації завдяки впровадженню багатоденних і накопичувальних документів, використання типових міжвідомчих форм, пристосованих до використання обчислювальної техніки [3].

Дослідивши організацію обліку розрахунків з оплати праці на комунальному підприємстві, можна розробити та затвердити графіки документообігу первинних документів із обліку розрахунків із оплати праці, які б дозволили посилити систему внутрішнього контролю на підприємстві [4].

Графіки документообігу дозволяють оптимізувати шляхи обробки первинного документа від початку його створення до передачі в архів, окреслити терміни обробки первинних документів із обліку розрахунків із оплати праці, визначити посадових осіб, які відповідальні за порядок опрацювання документів. Графік документообігу повинен бути обов'язковим елементом наказу про облікову політику підприємства, а його виконання контролюватися головним бухгалтером підприємства. Запропонована форма графіку документообігу розрахункової відомості з нарахування заробітної плати для комунального підприємства наведено в табл. 1 [5].

Важливим напрямком вдосконалення обліку розрахунків із оплати праці є автоматизація облікового, аналітичного та контрольного процесу, яка дозволяє зменшити кількість помилок при обробці інформації, скоротити час на здійснення облікових, аналітичних і контрольних процедур, зменшить кількість ручних операцій. Дієвим засобом покращення обліку також можна вважати проведення на підприємстві внутрішнього аудиту розрахунків за виплатами працівникам [6].

Облік праці та заробітної плати має бути організований таким чином, щоб сприяти підвищенню продуктивності праці та повному використанню робочого часу. Здійснюючи побудову або удосконалення організації обліку оплати праці, підприємства мають підходити до цього питання обґрунтовано, враховуючи доцільність, використовуючи результати наукових досліджень, передового досвіду. Від організації обліку оплати праці залежить

рівень витрат підприємства, якість, правдивість, справедливість, повнота і своєчасність розрахунків із персоналом із оплати праці.

Таблиця 1

Графік документообігу розрахункової відомості комунального підприємства під час нарахування зарплати та утримання податків і внесків

Зміст роботи з документами	Срок виконання	Виконавець	Отримувач
Отримання табелю обліку робочого часу	Перше число місяця, який іде наступним після звітного	Табельник	Бухгалтер із обліку оплати праці
Складання розрахункової відомості	Протягом трьох робочих днів місяця, який іде наступним після звітного	Бухгалтер із обліку оплати праці	Головний бухгалтер
Перевірка та розрахункової відомості	Протягом одного робочого дня після приймання	Головний бухгалтер	Директор
Затвердження розрахункової відомості	Протягом одного робочого дня після приймання	Директор	Бухгалтерія
Відображення даних у регістрах обліку	Протягом одного робочого дня після надходження документації	Бухгалтерія	

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Курган Н. В.

Література: 1. Островерха Р. Е. Організація обліку : навч. посіб. / Р. Е. Островерха. – Київ : Центр учб. літ., 2012. – 568 с. **2.** Потриваєва Н. В. Стан та перспектива обліку розрахунків із оплати праці: теоретичний аспект / Н. В. Потриваєва, І. В. Савченко // Економічний форум. – 2014. – № 1. – С. 93–98. **3.** Герасимчук Л. С. Шляхи вдосконалення обліку оплати праці / Л. С. Герасимчук, О. В. Кантаєва // Молодіжний науковий вісник УАБС НБУ. Серія: Економічні науки. – 2012. – № 12. – С. 186–194. **4.** Гапоненко Н. В. Оплата праці: аспекти удосконалення / Н. В. Гапоненко, Л. В. Мельянкова // Науковий вісник НУБіП України. – 2011. – № 163. – Ч. 1. – С. 208–213. **5.** Кантаєва О. В. Шляхи удосконалення обліку оплати праці / О. В. Кантаєва, Л. С. Герасимчук // Молодіжний науковий вісник УАБС НБУ. – 2012. – № 2. – С. 186. **6.** Кім Г. С. Бухгалтерський облік: первинні документи та порядок їх заповнення : навч. посіб. / Г. С. Кім, В. В. Сопко, Ю. Г. Кім. – Київ : Центр навч. літ., 2009. – 480 с.

ПРОБЛЕМНІ ПИТАННЯ ОБЛІКУ РОЗРАХУНКІВ ІЗ ПОКУПЦЯМИ ТА ЗАМОВНИКАМИ

УДК 657.36

Плеханова К. К.

Студент 3 курсу
факультету обліку і аудиту ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Розглянуто проблеми та особливості організації обліку розрахунків із покупцями та замовниками у вітчизняній практиці відповідно до чинного законодавства та розроблено практичні пропозиції щодо їх організації на підприємстві будь-якої форми власності, що може сприяти оптимальній та результативній його діяльності.*

Ключові слова: *дебітори, поточна дебіторська заборгованість, сумнівний борг, резерв сумнівних боргів, довгострокова дебіторська заборгованість, поточна дебіторська заборгованість.*

Аннотация. *Рассмотрены проблемы и особенности организации учета расчетов с покупателями и заказчиками в отечественной практике в соответствии с действующим законодательством и разработаны*

© Плеханова К. К., 2015

практические предложения по их организации на предприятии любой формы собственности, что может способствовать оптимальности и результативности его деятельности.

Ключевые слова: *дебиторы, текущая дебиторская задолженность, сомнительный долг, резерв сомнительных долгов, долгосрочная дебиторская задолженность, текущая дебиторская задолженность.*

Annotation. *The problems and characteristics of accounting settlements with buyers and customers in domestic practice in accordance with applicable law and the practical proposals for their organization at the enterprise, any other form of ownership, which may contribute to optimal and efficient its operations.*

Keywords: *debtors, current receivables, doubtful debt provision for doubtful debts, long-term receivables, current accounts receivable.*

Питання організації обліку розрахунків із покупцями та замовниками завжди являється актуальним, адже фінансовий стан підприємства перш за все залежить саме від наявності та ефективного управління цим видом заборгованості. У процесі фінансово-господарської діяльності у підприємства постійно виникає потреба проведення розрахунків зі своїми покупцями та замовниками. Вступаючи з ними в розрахункові взаємовідносини, у підприємства виникає ризик неповернення дебітором боргу. Підприємства, які випускають продукцію у великих обсягах і зацікавлені у її швидкій реалізації або розширенні ринків збуту, можуть іти на поступки своїм покупцям щодо терміну оплати. Так, за товари, роботи, послуги, які надані покупцю з відстрочкою платежу, підприємство-продавець після закінчення звітного періоду має сплатити податки державі, заробітну плату працівникам, розраховатися за орендну плату, матеріали тощо. Якщо оплата за надані товари своєчасно не надійшла, підприємство вимушене перетворювати власні високоліквідні активи у грошові кошти з метою здійснення розрахунків щодо зобов'язань та запобігання банкрутству. Тому належна організація обліку з покупцями та замовниками сприяє ефективному управлінню її розмірами і термінами на підприємстві та посиленню контролю за своєчасним здійсненням розрахунків.

Проблеми обліку розрахунків із покупцями і замовниками вивчають як зарубіжні вчені, так і вітчизняні науковці: Бутинець Ф., Лагода Т., Білик М., Нашкерська Г., Сопко В., Завгородній В., Дерев'янко О., Матицина Н., Павленко О. та ін.

Пропозиції вітчизняних авторів щодо питань організації обліку дебіторської заборгованості та управління її розмірами на підприємстві наведені нижче.

Бутинець Ф. Ф. запропонував відображувати в наказі про облікову політику такі основні елементи організації обліку дебіторської заборгованості, як: критерії групування заборгованості за строками її надання та непогашення; метод формування резерву сумнівних боргів; графіки руху документів, що підтверджують виникнення дебіторської заборгованості; облікові регістри, в яких фіксують розміри дебіторської заборгованості; процедуру передачі інформації з облікових регістрів до центральної бухгалтерії та її відображення у звітності.

Нашкерська Г. пропонує застосовувати метод класифікації сумнівних боргів підприємствам, які мають значну кількість дебіторів, і навпаки – метод формування резерву з урахуванням платоспроможності кожного окремого дебітора краще використовувати тоді, коли кількість дебіторів незначна.

Сопко В. та Завгородній В. з метою організації обліку дебіторської заборгованості вважають доцільним визначати на підприємстві об'єкти заборгованості відповідно до термінів її погашення та згрупувати суб'єкти боргу (фізичні та юридичні особи) за видами заборгованості. Зокрема, аналітичний облік вести за кожним видом заборгованості та окремим підприємством або фізичною особою [1].

Основною метою статті є розгляд проблеми обліку розрахунків із покупцями і замовниками та розробка практичних пропозицій щодо організації обліку розрахунків із дебіторами на підприємстві будь-якої форми власності, що може сприяти оптимальній та результативній його діяльності.

Об'єктом дослідження є підприємства будь-якої форми власності. Предметом дослідження є стан бухгалтерського обліку розрахунків із покупцями і замовниками та його організація.

При визначенні дебіторської заборгованості у зарубіжній та вітчизняній практиці не існує особливих відмінностей. Єдиного визначення дебіторської заборгованості МСФО не дає. Проте його можна сформувати з інформації, наведеної в МСФО 1 «Представлення фінансової звітності», МСФО 8 «Чистий прибуток або збиток за період, істотні помилки і зміни в обліковій політиці», МСФО 11 «Будівельних контрактів», МСФО 18 «Дохід» і МСФО 39 «Фінансових інструментів: визнання і оцінка», де дебіторська заборгованість – це фінансовий актив, який є контрактним правом отримувати грошові кошти або коштовні папери від іншого підприємства [2].

У вітчизняній практиці визначення дебіторської заборгованості наведене в П(С)БО 10 «Дебіторська заборгованість», згідно з яким дебіторська заборгованість представляє суму заборгованості дебіторів підприємству на певну дату [3]. Рівень дебіторської заборгованості визначається багатьма чинниками, а саме: вид продукції, місткість ринку певною продукцією, умови договору, прийнята на підприємстві система розрахунків тощо.

Питання обліку розрахунків із покупцями та замовниками досліджуються в різних напрямах. А саме: удосконалення аналітичного та синтетичного обліку відповідно до змін у законодавстві щодо гармонізації національних П(С)БО та МСФЗ; розвиток обліку розрахунків із покупцями та замовниками зумовлений використанням інформаційних систем в обліку; врахування особливостей розрахунків із покупцями та замовниками залежно від галузі економіки; удосконалення процедур аудиту розрахунків із покупцями та замовниками [4].

Проте на сьогодні існує ряд проблем щодо обліку розрахунків із покупцями та замовниками, що потребують подальших досліджень:

1. Нерозвиненість обліку взаєморозрахунків; розрахунок та облік безнадійної дебіторської заборгованості та шляхів її ліквідації. Для ефективного управління дебіторською заборгованістю необхідно: проводити взаємозаліки, використовувати факторинг, зокрема по операціях за товарною (операційною) дебіторською заборгованістю; формувати механізми попередження виникнення безнадійної дебіторської заборгованості та процедури списання.

2. Неефективність та непристосованість методів розрахунку резерву сумнівних боргів відповідно до П(С)БО 10 до обліку на вітчизняних підприємствах. Тобто необхідно вдосконалити методи визначення суми резерву сумнівних боргів та здійснити заходи щодо стимулювання створення вітчизняними підприємствами резерву сумнівних боргів.

3. Відображення в обліку договірних відносин: укладання єдиного договору чи кількох договорів одночасно, врахування впливу наявності чи відсутності того чи іншого договору на облік розрахунків із покупцями і замовниками.

4. Складність відображення розрахунків із покупцями і замовниками, які є засновниками або учасниками компанії, у консолідованій фінансовій звітності та пояснювальній записці про афілійованих осіб до річного фінансового звіту; недостатньо розроблене правове регулювання питання відображення операцій із афілійованими особами.

5. Систематизація факторів, що суттєво впливають на облік розрахунків із покупцями і замовниками, залежно від галузі: контрагенти, предмет купівлі-продажу, нормативне регулювання тощо.

6. Облік та розподіл витрат, пов'язаних із операціями розрахунків із покупцями та замовниками: ТЗВ, додаткові витрати зумовлені особливостями виду торгівлі, об'єкта торгівлі.

7. Відсутній єдиний підхід до відображення в обліку та розрахунку знижок, як у покупця, так і в продавця.

Організацію обліку дебіторської заборгованості на підприємстві необхідно починати з процедури підготовки облікової політики, яка має певні особливості. Наказ про облікову політику запропоновано формувати за трьома етапами, такими як організаційний, технологічний, заключний.

Організаційний етап – керівник призначає групу фахівців, які обов'язково беруть участь у процесі підготовки проекту наказу про облікову політику. Вони мають обгрунтовувати форму ведення бухгалтерського обліку.

Технологічний етап – фахівці мають здійснити огляд та запропонувати побудову бухгалтерської служби, тип структури апарату бухгалтерії, форму організації облікового процесу за технічними ознаками, які є основними на кожному підприємстві. Необхідно також організувати обліковий процес на кожній ділянці, надати оцінку загальним і специфічним принципам та методам організації обліку, які є альтернативними, залежать від галузі та специфіки діяльності цього підприємства. Під час прийняття ефективних управлінських рішень пропонуємо розглянути обрані методи разом із показниками фінансово-господарської діяльності підприємства та провести оцінку їх переваг у майбутньому. Фахівцям підприємства необхідно визначити та згрупувати заборгованість за термінами її виникнення (довгострокова або поточна), за видами, за об'єктами обліку (кожним боржником, дебітором) та строками непогашення. Крім того, потрібно відібрати та скомпонувати облікові номенклатури і носії облікової інформації щодо дебіторської заборгованості. Починати організацію облікового процесу процедури документального забезпечення дебіторської заборгованості на цьому етапі необхідно з відбору: облікових номенклатур, організація яких включає два види робіт – вибір (формування) економічної інформації, що має бути відображена в обліково-аналітичній системі підприємства, та складання переліку господарських фактів про форми функціонування майна і капіталу підприємства; носіїв облікових номенклатур, до яких належать будь-які матеріальні носії, зокрема типові форми (накладні, рахунки-фактури), облікові регістри, форми звітності або договори та інші документи. Носії облікових номенклатур за кожною окремою ділянкою, зокрема за дебіторською заборгованістю, формують в альбоми первинних документів.

Заключний етап – фахівці готують і докладно обговорюють проект наказу про облікову політику підприємства, і тільки після врахування пропозицій та внесення змін керівник затверджує його [5].

Для зручності ведення обліку розрахунків із покупцями та замовниками бухгалтерії підприємства необхідно спочатку визначити облікові номенклатури, відібрати та сформувати в робочі альбоми документів носії облікової інформації, до яких можуть належати типові форми документів або документи, які самостійно розроблені фахівцями.

Організація обліку розрахунків із покупцями та замовниками на підприємстві будь-якої форми власності має важливе значення, оскільки сприяє упорядкуванню інформації, прозорості та достовірності даних. Керівнику

підприємства з метою отримання повної й оперативної інформації щодо різних видів дебіторської заборгованості, які складають значну частку у структурі оборотних коштів, доцільно забезпечити організацію цієї ділянки обліку із залученням відповідних фахівців.

У цілому під час організації та ведення обліку дебіторської заборгованості бухгалтерії підприємства необхідно:

1. При здійсненні обліку поточної дебіторської (товарної) заборгованості визначати величину резерву сумнівних боргів і включати до підсумку балансу розмір заборгованості за чистою реалізаційною вартістю, тобто за вирахуванням величини резерву сумнівних боргів.

2. Переглядати на дату балансу (останній день звітного періоду) довгострокову заборгованість за окремими дебіторами. Якщо до терміну погашення заборгованості залишилося менш ніж 12 місяців (на визначену дату), слід відображувати минулу довгострокову заборгованість як поточну.

Оптимальною та результативною можна вважати таку діяльність підприємства, оцінка показників якої свідчить про високий рівень прибутковості та ліквідності. Для забезпечення постійної наявності оборотних коштів і платоспроможності підприємства дуже важливе значення мають розміри його дебіторської заборгованості. Тому підготовка достовірної та теоретично обґрунтованої вихідної інформації, яка буде застосована під час складання фінансової звітності, потрібна як внутрішнім, так і зовнішнім користувачам для проведення аналізу та здійснення оцінки показників діяльності підприємства з метою прийняття ефективних управлінських рішень.

Науковий керівник – викладач Шушлякова О. В.

Література: 1. Білик М. Д. Управління дебіторською заборгованістю підприємств / М. Д. Білик // Фінанси України. – 2003. – № 12. – С. 24–36. **2.** Голов С. Ф. Бухгалтерський облік і фінансова звітність за міжнародними стандартами / С. Ф. Голов, В. М. Костюченко. – Харків : Фактор, 2008. – 1008 с. **3.** Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні [Електронний ресурс] : Закон України від 16.07.1999 № 996-XIV. – Режим доступу : http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/996-14. **4.** Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 10 "Дебіторська заборгованість" [Електронний ресурс] : Наказ Міністерства фінансів України від 08.10.1999 № 237. – Режим доступу : http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/z0725-99. **5.** Сливка Я. В. Актуальні питання щодо обліку розрахунків з покупцями та замовниками: систематизація поглядів / Я. В. Сливка // Вісник Житомирського державного технологічного університету. Серія: Економічні науки. – 2010. – № 2 (52). – С. 178–182.

ПРОЦЕСНИЙ АСПЕКТ ЗМІСТУ ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ: ПОНЯТТЯ, КЛАСИФІКАЦІЯ ТА ОЦІНКА

УДК 657.421

Полиняк Ю. Ю.

Студент 3 курсу
факультету обліку і аудиту ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Розглянуто різні аспекти змісту основних засобів: поняття основних засобів та їх класифікації в Податковому кодексі України і Положеннях (стандартах) бухгалтерського обліку 7, а також розглянуто різні методи оцінки грошової вартості основних засобів, за якою вони числяться на балансі підприємства.*

Ключові слова: *основні засоби, П(С)БО 7, оцінка основних засобів, історична собівартість, первісна вартість, відновна вартість, повна вартість, залишкова вартість.*

Аннотация. *Рассмотрены различные аспекты содержания основных средств: понятие основных средств и их классификации в Налоговом кодексе Украины и Положениях (стандартах) бухгалтерского учета 7, а также рассмотрены различные методы оценки денежной стоимости основных средств, по которой они числятся на балансе предприятия.*

© Полиняк Ю. Ю., 2015

Ключевые слова: *основные средства, П(С)БУ 7, оценка основных средств, историческая себестоимость, первоначальная стоимость, восстановительная стоимость, полная стоимость, остаточная стоимость.*

Annotation. *The article deals with various aspects of the content of fixed assets: the concept of fixed assets and their classification in the Tax Code and Regulations (Standards) accounting 7 and discussed various methods for estimating the monetary value of the assets on which they depend on a balance sheet.*

Keywords: *fixed assets, P(C)BU 7, valuation of fixed assets, the historical cost of the initial cost, replacement cost, the total cost, residual value.*

В умовах нестабільної економіки важливим аспектом облікової політики на підприємствах є вибір методу формування основних засобів та їх оцінки. Грошова оцінка основних засобів має вагоме значення при виявленні об'єму, складу, структури і рівня розвитку підприємства. Також вона відіграє важливу роль при розрахунку амортизації, собівартості, тому являється значущою при обліковому відображенні актів купівлі-продажу в умовах товарно-грошових відносин.

Метою роботи було визначено обгрунтування поняття основних засобів, їх класифікації, а також різні види оцінки основних засобів.

Поняття основних засобів та їх оцінки вивчали: Бутинець Ф., Виговська Н., Білух М., Кірейцева Г., Чебанов Н., Горецька Л. У працях Голова С. і Чумаченка М., Сажинеця С., Стельмаха Х., Кузьміна О., Корягіна М., Агрес О., але, незважаючи на цінність проведених досліджень, єдиної думки щодо правильної оцінки основних засобів на сьогодні не існує.

Відомий математик та філософ Лейбніц Г. В. займався питаннями оцінювання. Він запропонував використовувати експертну оцінку, яка спирається на поточні ціни [1, с. 41]. На початку XIX ст. були наявні дві протилежні концепції оцінювання. Зокрема, Глєбов С. Ф. пропонував систематично проводити переоцінку об'єктів [2, с. 106–127]. Протягом тривалого часу використовувалася саме ця методика.

У наш час значний внесок у теоретичне обгрунтування сутності та функцій оцінки зробили Соколов Я. В. [3, с. 344], Палій В. Ф. [4, с. 225].

Згідно з П(С)БО 7 основні засоби – матеріальні активи, які підприємство / установа утримує з метою використання їх у процесі виробництва / діяльності або постачання товарів, надання послуг, здавання в оренду іншим особам або для здійснення адміністративних і соціально-культурних функцій, очікуваний строк корисного використання (експлуатації) яких більше одного року (або операційного циклу, якщо він довший за рік) [5].

Існують різні класифікації основних засобів залежно від цілей.

Для цілей бухгалтерського обліку основні засоби класифікуються за такими групами [5]:

1. Земельні ділянки.
2. Капітальні витрати на поліпшення земель, не пов'язані з будівництвом.
3. Будівлі, споруди та передавальні пристрої.
4. Машини та обладнання.
5. Транспортні засоби.
6. Інструменти, прилади, інвентар (меблі).
7. Тварини.
8. Багаторічні насадження.
9. Інші основні засоби.

У Податковому кодексі України виділено такі ж групи основних засобів, але з відмінностями в кількості мінімально допустимих строків їх амортизації [6]:

- група 1 – земельні ділянки (не підлягає амортизації);
- група 2 – капітальні витрати на поліпшення земель, не пов'язані з будівництвом (15 років);
- група 3 – будівлі (20 років), споруди (15 років), передавальні пристрої (10 років);
- група 4 – машини та обладнання (5 років), з них: електронно-обчислювальні машини, інші машини для автоматичного оброблення інформації, пов'язані з ними засоби зчитування або друку інформації, пов'язані з ними комп'ютерні програми (крім програм, витрати на придбання яких визнаються роялті, та / або програм, які визнаються нематеріальним активом), інші інформаційні системи, комутатори, маршрутизатори, модулі, модеми, джерела безперебійного живлення та засоби їх підключення до телекомунікаційних мереж, телефони (в тому числі стільникові), мікрофони і рації, вартість яких перевищує 2500 гривень (2 роки);
- група 5 – транспортні засоби (5 років);
- група 6 – інструменти, прилади, інвентар (меблі) (4 роки);

- група 7 – тварини (6 років);
- група 8 – багаторічні насадження (10 років);
- група 9 – інші основні засоби (12 років);

Основні засоби функціонують, плануються й обліковуються в натуральній і вартісній формах. Для того щоб вести облік основних засобів у грошовому вираженні, їх потрібно оцінювати та переоцінювати.

Існують декілька видів оцінки основних засобів:

1. За принципом історичної собівартості. Згідно з Законом України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» одним із принципів бухгалтерського обліку є принцип історичної (фактичної) собівартості, відповідно до якого пріоритетною для цілей бухгалтерського обліку є оцінка активів підприємства, виходячи з витрат на їх виробництво та придбання [7].

Бухгалтерський облік на основі історичних витрат, як зазначає проф. А. Ріаї-Белькаой, є синонім поняття "конвенційний облік", який передусім характеризується: використанням історичних витрат як ознаки елементів фінансових звітів; припущенням єдиного грошового вимірника; принципом нарахування та принципом реалізації [8, с. 538].

Історична (фактична) собівартість – принцип, відповідно до якого пріоритетною є оцінка активів підприємства, виходячи з витрат на їх виробництво і придбання. Проте пріоритетність історичної (фактичної) собівартості стосується, головним чином, первісної вартості активів і зобов'язань.

2. Залежно від моменту проведення оцінки основних засобів [9]:

2.1. Повна (первісна і відновна) вартість основних засобів – це їх вартість у новому, не спрацьованому стані. Саме за цією вартістю основні засоби рахуються на балансі підприємства впродовж усього періоду їх функціонування.

П(С)БО 7 «Основні засоби» містить такі способи визначення первісної вартості залежно від способу надходження основних засобів [5]:

1. Придбання основних засобів за плату;

2. Отримання основних засобів в обмін на подібний об'єкт;

3. Отримання основних засобів в обмін на неподібний об'єкт;

4. Безоплатне отримання основних засобів;

5. Внесення основних засобів до статутного капіталу;

6. Переведення ОЗ з оборотних активів, товарів, готової продукції.

2.2. Відновна вартість – це вартість відтворення основних засобів у сучасних умовах виробництва. Вона враховує ті самі витрати, що й первісна вартість, але за сучасними діючими цінами. Оцінка основних виробничих засобів за відновною вартістю дає змогу порівняти вартість основних засобів, уведених в експлуатацію в різні роки [10].

3. З огляду на стан основних засобів:

3.1. Повна – це їх вартість у новому, не спрацьованому стані.

3.2. Залишкова вартість.

Залишкова вартість основних засобів характеризує реально існуючу їх вартість, ще не перенесену на вартість виготовлюваної продукції (виконуваної роботи, здійснювані послуги). Вона є розрахунковою величиною і визначається різницею між повною первісною (відновною) вартістю та накопиченою на момент обчислення сумою спрацювання основних засобів. Залишкова вартість основних засобів на час спричиненого зношуванням їх вибуття має назву ліквідаційної вартості. У практиці господарювання її використовують для розрахунків норм амортизаційних відрахувань та визначення наслідків ліквідації спрацьованих основних засобів.

Отже, оцінка основних засобів – це специфічна форма ціни, яка використовується для того, щоб правильно визначити їх вартість на певному відрізку часу, за якою вони будуть числитися на балансі підприємства. На основі проведеного дослідження можна зробити висновок, що основні засоби згідно з Податковим кодексом поділяються на 9 груп, специфічною ознакою яких є класифікація за терміном амортизації. В законодавстві не прописано, яким методом підприємства мають оцінювати свої основні засоби, тому необхідно самостійно визначати, яка оцінка основних засобів буде правильною і найбільш ефективною для кожного конкретного суб'єкта.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Фартушняк О. В.

Література: 1. Лейбниц Г. В. Новые опыты о человеческом разуме / Г. В. Лейбниц. – М.-Л. : Соцэкгиз, 1936. – 215 с.
2. Глебов С. Ф. Основные проблемы учета в условиях падающей валюты / С. Ф. Глебов // Бухгалтерский учет при

падающей валюте. – М. : Вся Россия, 1923. **3.** Соколов Я. В. Основы теории бухгалтерского учета / Я. В. Соколов. – М. : Финансы и статистика, 2000. – 496 с. **4.** Палий В. Ф. Введение в теорию бухгалтерского учета / В. Ф. Палий, Я. В. Соколов. – М. : Финансы, 1979. – 304 с. **5.** Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 7 "Основні засоби" [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/z0288-00. **6.** Податковий кодекс України [Електронний ресурс] : Закон України від 02.12.2010 № 2755-VI. – Режим доступу: http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/2755-17. **7.** Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні [Електронний ресурс] : Закон України від 16.07.1999 № 996-XIV. – Режим доступу : http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/996-14. **8.** Ріаї-Белькаой А. Теорія обліку / А. Ріаї-Белькаой. – 2004. – 598 с. **9.** Оцінка основних засобів (фондів) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://arenta-group.com/ua/showarticle/104.html. **10.** Облік та оцінка основних виробничих фондів [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://readbookz.com/book/124/3375.html.

ОСОБЛИВОСТІ РЕАЛІЗАЦІЇ ТОВАРІВ У РОЗДРІБНІЙ ТОРГІВЛІ З ВИКОРИСТАННЯМ ДИСКОНТНИХ КАРТОК

УДК 658.879

Полиняк Ю. Ю.

Студент 3 курсу
факультету обліку і аудиту ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Розглянуто основні аспекти діяльності підприємств, які використовують дисконтні картки, витрати, які може понести підприємство під час виготовленя карток, і їх відображення в обліку, а також визначено особливості, що зустрічаються в обліку при реалізації товарів у роздрібній торгівлі з використанням дисконтних карток.*

Ключові слова: *дисконтна картка, реалізація, роздрібна торгівля, реєстратор розрахункових операцій.*

Аннотация. *Рассмотрены основные аспекты деятельности предприятий, использующих дисконтные карточки, расходы, которые может понести предприятие при изготовлении карточек, и их отражение в учете, а также определены особенности, встречающиеся в учете при реализации товаров в розничной торговле с использованием дисконтных карточек.*

Ключевые слова: *дисконтная карточка, реализация, розничная торговля, регистратор расчетных операций.*

Annotation. *The article describes the main aspects of the businesses using discount cards , the costs that may be incurred by the company in the production of cards and their reflection in the account , as well as what are the features accounted for the sale of goods in retail with discount cards.*

Keywords: *discount card, sales, retail, payment transactions.*

На сучасному етапі розвитку України і всього світу успішні підприємства для підняття свого рейтингу вводять дисконтні картки, які надають скидки їх постійним покупцям, тому важливу роль відіграє комп'ютеризація систем обліку та введення технологічних досягнень.

Ця тема вже розглядалася різними вченими, такими як: Ф. Ф. Бутиннць, Н. М. Малюга, Е. І. Крилов, але є ще не розглянуті питання, тому питання є актуальним і на сьогодні.

Мета роботи – розглянути поняття дисконтних карток та особливості їх використання в роздрібній торгівлі.

Дисконтна (клубна) картка – це карта, яка емітується, розповсюджується нефінансовими установами (компаніями, об'єднаннями покупців, клубами тощо), яка підтверджує, що її пред'явник має право на отримання відповідних послуг, знижок тощо від цих установ [1].

© Полиняк Ю. Ю., 2015

Також можна сказати, що дисконтна картка – це відзнака того, що на торговому підприємстві справи йдуть угору, адже воно може дозволити собі втримувати постійних клієнтів у своїй мережі, а також заохочувати нових звернути увагу на цей бізнес за допомогою такого маркетингового ходу, як знижки. Адже думка про те, що на цьому підприємстві людина гарантовано отримає якусь знижку чи бонус, спонукає її відвідувати в першу чергу саме його.

До основних аспектів діяльності підприємств, які використовують дисконтні картки, відноситься: виготовлення і випуск дисконтних карток, вирішення основних організаційних моментів, використання спеціального комп'ютеризованого обладнання, а також реєстраторів розрахункових операцій.

Для того щоб підприємство могло використовувати у своїй діяльності дисконтні картки, воно повинно або самостійно випустити їх, створивши власний дисконтний клуб, або укласти договір з уже існуючим дисконтним клубом. Якщо підприємство обирає перший варіант, то витрати на створення включаються до витрат на збут як витрати на маркетинг згідно з Положенням (стандартом) бухгалтерського обліку 16 [2]. Дисконтна картка надає покупцю знижки та бонуси, що потребує зміни роздрібних цін, коли відбувається реалізація за дисконтною карткою. Всі зміни мають бути відображені в наказі керівника підприємства про маркетингову політику і про затвердження прайс-листів (в якому вказується перелік всіх товарів із їх ідентифікаційними кодами для тих, на які будуть знижки). Приймається Положення про продаж товарів, послуг за дисконтними картками, у якому зазначаються всі організаційні моменти, а також зосереджується увага на тому, що покупець є лише користувачем такої картки, а не власником, що означає, що картка знаходиться у власності підприємства. Також в Положенні вказується, чи картки є персоніфіковані, чи на пред'явника. Якщо карта персоніфікована, то під час реалізації за такою карткою виникає ПДФО (податок на доходи фізичних осіб) згідно з Податковим кодексом України від 02.12.2010 № 2755-VI ст. 164.2.17, адже знижка являється додатковим благом [3]. Рішення про проведення розпродажу і впровадження дисконтних карток підтверджується наказом про проведення акцій, які передбачають зміну цін, у якому вказується [4]: період надання знижок та їх розмір; мета, з якою проводиться ця акція чи впроваджується дисконтна картка; перелік товарів, на які вона розповсюджується, і умови надання знижок.

Перед тим як вводити дисконтні картки в обіг, необхідно вирішити основні організаційні моменти [5]:

– сформувати необхідну систему документообігу;

– потрібно розробити та затвердити наказом про облікову політику порядок бухгалтерського обліку продажів за дисконтними картками, оскільки чинне законодавство не містить необхідних нормативних документів;

– великим торговим фірмам, у яких великий асортимент товарів, що продаються, у формі реєстру цін слід передбачити графу "ціна зі знижкою за дисконтною картою" (щоб не виробляти уцінку товару і не складати відповідний акт на кожен вид товару);

Для того щоб підприємство могло зручно використовувати дисконтні картки в своїй діяльності, а саме ведення бухгалтерського обліку знижок та товарів, на ній мають бути такі елементи:

– штрих-код – чергування білих та чорних смуг, які кодують інформацію у зручний для прочитання технічними засобами вигляд;

– друкований номер і ембосування (це також номер, але який видавлюється, а не друкується), які є індивідуальними для кожної картки;

– закодована магнітна стрічка – стрічка, за допомогою якої автоматично ведеться за кожною карткою окремо облік оборотів і вираховується знижка.

Особливістю використання дисконтних карток у роздрібній торгівлі є те, що в Україні згідно з п. 11 ст. 3 Закону України «Про застосування реєстраторів розрахункових операцій у сфері торгівлі, громадського харчування та послуг» № 265/95-ВР від 06.07.1995 всі підприємства – продавці, які займаються роздрібною реалізацією, повинні проводити всі розрахункові операції через РРО (реєстратор розрахункових операцій) [6], в якому використовується режим попереднього програмування про найменування товару (послуги), його ціни, кількість наявних одиниць товару на складі та знижки, які будуть надаватися клієнтам, також програмують в РРО.

В податковому та бухгалтерському обліку роздрібної реалізації знижка відображається в момент продажу товару. У податковому обліку сума знижки окремо не відображається, так як ціна, за якою було проведено реалізацію, уже сформована з вирахуванням наданої знижки і включається до доходу підприємства [3]. Для бухгалтерського обліку такі знижки важливої ролі також не відіграють, адже вони фактично припиняють існувати після реалізації товару. Проте вкрай потрібен особливий підхід для нарахування торгової націнки. Це обумовлюється тим, що коли відбувається роздрібна реалізація, то на товари нараховується певна сума торгової націнки, але фактично товари продаються з меншою торговою націнкою, так як саме за її рахунок була надана знижка покупцю. В оптовій торгівлі може скластися ситуація, коли спочатку відображається реалізація і потім вже надається знижка, а в роздрібній торгівлі з дисконтними картками знижка надається в момент продажу, тому це можна віднести до особливостей реалізації у роздрібній торгівлі.

У ситуації, коли знижка надається в момент реалізації, суму націнки, що припадає на реалізований товар, визначають за формулою [4]:

$$Н_{реаліз} = Ср\% \times (ВП_{реаліз} + З_{зп}),$$

де $Н_{реаліз}$ – націнка, що нарахована на реалізований товар;

$ВП_{реаліз}$ – продажна вартість реалізованого товару;

$З_{зп}$ – сума наданої у звітному періоді знижки;

$Ср\%$ – середній відсоток торговельної націнки.

Отже, на сьогодні дисконтна картка є показником іміджу підприємства і допомагає знаходити нових клієнтів на ринку. Для того щоб запровадити дисконтні картки в діяльність підприємства, потрібно керівнику видати ряд наказів, а також виготовити картки і передати їх своїм клієнтам. Особливістю дисконтних карток у роздрібній торгівлі є необхідність особливого програмування в РРО, а також те, що знижка надається не після реалізації товару, а в той же момент.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Пасенко Н. С.

Література: 1. Особенности учета дисконтных карт [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://buhgalter911.com/ShowArticle.aspx?a=107744. **2.** Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 16 «Витрати» [Електронний ресурс] : Наказ Міністерства фінансів України від 31.12.1999 № 318. – Режим доступу : http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/z0027-00. **3.** Податковий кодекс України [Електронний ресурс] : Закон України від 02.12.2010 № 2755-VI. – Режим доступу : http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/T102755.html. **4.** Білова Н. Знижки та розпродажі: правила відображення в обліку / Н. Білова // Податки та бухгалтерський облік. – 2014. – № 3. – С. 3–9. **5.** Адєєва С. П. Обліку торгівлі / С. П. Адєєва // Облік у торгівлі. – 2014. – № 37. – 25–26. **6.** Про застосування реєстраторів розрахункових операцій у сфері торгівлі, громадського харчування та послуг [Електронний ресурс] : Закон України від 06.07.1995 № 265/95-ВР. – Режим доступу : http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/265/95-%D0%B2%D1%80.

ОБЛІК ДОХОДІВ ВІД ОПЕРАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

УДК 657.1

Поліщук Т. В.

Студент 3 курсу
факультету обліку і аудиту ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Розглянуто облік доходів від операційної діяльності як однієї зі складових отримання прибутку підприємства, а також класифікація доходності підприємства. Визначили принципи нарахування, категорії та рахунки бухгалтерського обліку, на яких відображаються доходи.*

Ключові слова: *дохід, операційна діяльність, прибуток підприємства, облік доходів, активи.*

Аннотация. *Рассмотрен учет доходов от операционной деятельности как одной из составляющих получения прибыли предприятия, а также классификация доходности предприятия. Определены принципы начисления, категории и счета бухгалтерского учета, на которых отображаются доходы.*

Ключевые слова: *доход, операционная деятельность, прибыль предприятия, учет доходов, активы.*

Annotation. *We reviewed records of income from operations as one of the components of profit enterprises and classification dohodnosti enterprise. Determined accrual basis of category and accounts of record-keeping, which vidobrazhayutsya income.*

Keywords: *income, operating activities, profit, revenue accounting, assets.*

© Поліщук Т. В., 2015

Перехід України до нової системи господарювання зумовлює необхідність упровадження нових методів ведення економіки підприємства. Також необхідно слідкувати та оновлювати обладнання для ефективного та прибуткового виробництва. Підприємство мусить постійно стежити за ситуацією, яка склалася на ринку, і підтримувати та постійно підвищувати конкурентоспроможність своєї продукції та покращувати її показники, враховувати інтереси споживачів і виробляти ту продукцію, яка необхідна покупцям для найбільш повного задоволення потреб [1].

Успішна діяльність підприємства значною мірою залежить від рівня управління його доходами, метою якого є отримання прибутку. Доходи можуть розглядатися як відносно самостійні об'єкти управління, аналіз складу та динаміки яких дозволяє оцінити відповідність змін, що відбулися у звітному періоді, стратегічним намірам підприємства. Загальний аналіз прибутку передбачає попередній розподіл доходів за джерелами їх утворення.

На сьогоднішньому етапі розвитку кожне підприємство, незважаючи на форму власності, тип чи розміри ставить собі за мету в результаті фінансово-господарської діяльності здобути якомога більше економічних вигод, тобто максимізувати свої прибутки. Це прагнення є головною ціллю і метою існування кожного підприємства чи організації (фірми), на відміну від цілей, які ставились перед господарюючими суб'єктами за радянського союзу, – виготовлення продукції. Основою зростання прибутковості підприємства є збільшення його доходів [2].

При цьому основну питому вагу у складі валових доходів більшості підприємств будь-якої галузі сфер виробництва і надання послуг складає дохід від операційної діяльності. Саме тому вивчення організації обліку доходів від операційної діяльності є надзвичайно актуально.

Проблеми обліку доходів від операційної діяльності досліджувались багатьма відомими вітчизняними і зарубіжними вченими. Пропозиції щодо їх теоретичного та практичного вирішення висвітлені у наукових працях А. Маршала, Р. Фішера, В. Пархоменка, О. Лишиленка. Значний внесок зробили також українські вчені, такі як: В. В. Сопко, М. Г. Чумаченко, А. М. Поддєрьогін, Ф. Ф. Бутинець, В. Г. Лінник, В. К. Скляренко та ін. [3].

Метою дослідження є висвітлення обліку доходів від операційної діяльності підприємства.

Доходи збільшення економічних вигод у вигляді надходження активів або зменшення зобов'язань, які приводять до зростання власного капіталу, крім зростання капіталу за рахунок внесків власників. Це може бути прибуток від підприємницької діяльності, зарплата, дивіденди, відсотки тощо. Рідше дохід виражається в натуральній формі [4].

Доходи класифікуються за видами діяльності. Розрізняють діяльність, що триває, та діяльність, що припиняється.

До діяльності, що триває, відносять звичайну діяльність та надзвичайні події. Під звичайною діяльністю розуміють будь-яку діяльність підприємства (операції, які її забезпечують чи виникають внаслідок здійснення такої діяльності). Прикладом звичайної діяльності може бути виробництво та реалізація продукції, розрахунки з постачальниками, замовниками, працівниками, банківськими установами, податковими органами тощо [5].

Звичайна діяльність поділяється на операційну та неопераційну (фінансову та інвестиційну) [6].

До складу операційної діяльності належить основна та інша операційна діяльність. Основна діяльність – це здійснення операцій, пов'язаних із виробництвом або реалізацією продукції (товарів, послуг), що є визначальною метою створення підприємства та забезпечує основну частку його доходу [7].

Для узагальнення інформації про доходи від операційної, інвестиційної та фінансової діяльності підприємства, а також від надзвичайних подій призначено рахунки класу 7 "Доходи і результати діяльності". Фінансовий результат від операційної діяльності включає в себе фінансовий результат від реалізації, а також інші операційні доходи і витрати.

Для обліку операцій, пов'язаних з реалізацією, використовуються рахунки: 70 «Доходи від реалізації», 90 «Собівартість реалізації».

Для обліку операцій з реалізації готової продукції використовуються такі субрахунки: «Дохід від реалізації готової продукції» та «Собівартість реалізованої готової продукції» [3].

Дохід від реалізації продукції (товарів, інших активів) визнається в разі наявності всіх наведених нижче умов:

По-перше, покупцеві передані ризики й вигоди, пов'язані з правом власності на продукцію (товар, інший актив). По-друге, підприємство не здійснює надалі управління та контроль за реалізованою продукцією (товарами, іншими активами) та сума доходу може бути достовірно визначена. А також є впевненість, що в результаті операції відбудеться збільшення економічних вигод підприємства, а витрати, пов'язані з цією операцією, можуть бути достовірно визначені [3].

Для відображення всіх інших доходів від основної діяльності (крім доходів від реалізації) використовуються такі рахунки:

Рахунки 71 «Інший операційний дохід» та 94 «Інші витрати операційної діяльності» [7].

У кінці звітного періоду (місяця, року) сальдо рахунків 71 і 94 списуються на субрахунок 791 «Результат основної діяльності».

Для визнання доходу необхідно не тільки надходження активу або зменшення зобов'язання, але і фінансовий наслідок цих подій. Таким наслідком виступає збільшення власного капіталу (крім внесків учасників) тобто дохід визнається в момент збільшення активу або зменшення зобов'язань, які обумовлюють збільшення власного капіталу [6].

Принцип нарахування полягає в тому, що результати господарських операцій визнаються, коли вони відбуваються (а не тоді, коли отримуються або сплачуються грошові кошти), і відображаються в бухгалтерському обліку та фінансових звітах тих періодів, до яких вони відносяться.

Принцип нарахування має застосовуватись одночасно з принципом відповідності, відповідно до якого витрати визнаються у Звіті про фінансові результати на основі прямого зв'язку між ними та отриманими доходами.

Так само, як і інші активи, дохід визнається, якщо його оцінка може бути достовірно визначена. Критерії визнання доходу застосовуються окремо до кожної операції. Проте за певних умов для відображення суті операції необхідно застосовувати критерії визнання до окремих елементів однієї операції, які підлягають оцінці, якщо не випливає із сутності такої господарської операції [1].

Наприклад, вартість реалізації продукції включає суму за майбутні надані послуги (наприклад, монтаж), яка належить до визначення. Ця сума підлягає відстроченню і визнається доходом у періоді надання такої послуги [2].

І навпаки, критерії визнання застосовуються до двох і більше операцій одночасно, якщо вони пов'язані таким чином, що суть господарської операції не можна зрозуміти без розгляду декількох операцій у цілому. Наприклад, підприємство може реалізувати товари і водночас укласти договір на придбання цих товарів пізніше, таким чином спростовуючи результат операції. В цьому випадку обидві операції мають розглядатися разом.

Окремі категорії складають дохід від реалізації продукції (товарів, інших активів) та дохід від надання послуг. Це пов'язано з тим, що до визнання цих видів доходу пред'являються додаткові умови. Не визнається дохід, якщо здійснюється обмін продукцією (товарами, роботами, наданими послугами та іншими активами), які є подібними за призначенням та мають однакову справедливу вартість [4].

Згідно з П(С)БО 15 не визнаються доходами такі надходження від інших осіб: сума податку на додану вартість, акцизів, інших податків і обов'язкових платежів, що підлягають перерахуванню до бюджету й позабюджетних фондів, сума надходжень за договором комісії, агентським та іншим аналогічним договором на користь комітента, принципала тощо, сума попередньої оплати продукції (товарів, робіт, послуг), сума авансу в рахунок оплати продукції (товарів, робіт, послуг), сума завдатку під заставу або в погашення позики, якщо це передбачено відповідним договором, надходження, що належать іншим особам, надходження від первинного розміщення цінних паперів [4].

Отже, досліджувані питання показали, що доходи це збільшення економічних вигод у вигляді надходження активів або зменшення зобов'язань, які призводять до зростання власного капіталу, крім зростання капіталу за рахунок внесків власників. Операційна діяльність – основна статутна діяльність підприємства, а також інші види діяльності, які не є інвестиційною або фінансовою діяльністю. Операційна діяльність складається з основної та іншої операційної діяльності. Таким чином, рахунки 70 "Доходи від реалізації" та 71 "Інший операційний дохід" призначені для відображення доходів від операційної діяльності.

Рішення проблеми ефективної роботи підприємства здійснюється шляхом постійного контролю ефективності використання всіх видів ресурсів (через порівняння результатів і витрат) та застосування певних критеріїв ефективності і показників оцінки рівня, а також шляхом пошуку резервів підвищення ефективності використання ресурсів і, відповідно, ефективності діяльності підприємства Ефективне функціонування вітчизняних підприємств на відповідному ринку передбачає необхідність досягнення ними високого рівня конкурентоспроможності.

Науковий керівник – викладач Шушлякова О. В.

Література: 1. Налоги и бухгалтерский учёт [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://nibu.factor.ua. **2.** Бутинець Ф. Ф. Бухгалтерський управлінський облік : підручник / Ф. Ф. Бутинець, Т. В. Давидюк, Н. М. Малюга. – Житомир : Рута, 2011. – 480 с. **3.** Офіційний сайт Міністерства Фінансів України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http:// www.minfin.gov.ua. **4.** Все о бухгалтерском учете [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://vobu.com.ua **5.** Коблянська О. І. Фінансовий облік : навч. посіб. – Київ : Знання, 2007. – 471 с. **6.** Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 15 "Дохід" [Електронний ресурс] : Наказ Міністерства фінансів України від 28.10.1998 № 1706. – Режим доступу : http://zakon4.rada.gov.ua. **7.** Дебет-Кредит : укранський бухгалтерській портал [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://dtkt.com.ua.

ВПРОВАДЖЕННЯ УПРАВЛІНСЬКОГО ОБЛІКУ У ПРАКТИКУ БАНКІВ УКРАЇНИ

УДК 657.471.336.717.16(477)6

Поліщук Т. В.
Тріщова Д. А.

Студенти 3 курсу
факультету обліку і аудиту ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Розглянуто проблеми впровадження управлінського обліку у банківській системі, а також етапи впровадження управлінського обліку. Визначено, що інформаційні системи, створені на основі управлінського обліку, є основою для прийняття рішень керівництвом банку.*

Ключові слова: *управлінський облік, банк, автоматизація, центри відповідальності.*

Аннотация. *Рассмотрены проблемы внедрения управленческого учета в банковской системе, а также этапы внедрения управленческого учета. Определено, что информационные системы, созданные на основе управленческого учета, являются основой для принятия решений руководством банка.*

Ключевые слова: *управленческий учет, банк, автоматизация, центры ответственности.*

Annotation. *The article deals the problems of implementation of management accounting in the banking system as well as the implementation stages of management accounting. It was determined that the information system that are based on management accounting is the basis for management decision-making bank.*

Keywords: *the management accounting, the bank, the automation, the responsibility centres.*

У сучасному світі умови здійснення банківського бізнесу вимагають перегляду основних принципів і завдань бухгалтерського обліку. Інформація, яку виробляє система бухгалтерського обліку, повинна набувати нових ознак і відповідати вимогам стратегічного планування діяльності. Рішення стратегічних завдань через планування забезпечує управлінський облік як підсистему бухгалтерського обліку. У той же час посилюється контроль за виконанням планів із розвитку банківської системи.

Питання про необхідність реформування бухгалтерського обліку комерційних банків стояло ще на початкових етапах формування ринкових механізмів здійснення господарської діяльності та суттєво поглибилося з появою суб'єктів різних форм власності. Результати досліджень змісту, значення та ролі управлінського обліку публікуються у вітчизняній і зарубіжній літературі вже протягом декількох років.

Значний внесок у розвиток управлінського обліку в Україні зробили вітчизняні вчені, такі як: Білоусова І. Н., Бородкін А. А., Валуєв Б. А., Голов С. В., Кіндрацька Л. М., Ластовецький В. К., Нападовська О. В., Пушкар М. Ю., Сопко В. В., Соколов Я. П., Чумаченко М. О.

На сьогодні сучасна банківська система сформована на достатньому рівні, а подальший її розвиток напряму залежить від ефективної діяльності наявних банків, а також від їхньої здатності наповнити ринок банківськими послугами [1].

Регулювання ринку супроводжується значним зниженням прибутковості банківських операцій. Це означає, що необхідно постійно вдосконалювати методи і техніки управління, змушує власників і керівників банків контролювати обґрунтованість витрат і вести активний пошук ефективних методів управління, підвищення конкурентоспроможності банківських продуктів і послуг.

Керівництво комерційного банку повинно володіти інформацією про структуру доходів і витрат, планові та фактичні показники діяльності і не тільки в цілому по банку, але і в його окремих підрозділах. З використанням цієї інформації можна провести точний розрахунок прогнозних показників, глибоко проаналізувати і здійснити порівняння різноманітних варіантів зміни сфер впливу і здійснити мотивований вибір управлінських рішень [2]. Відсутність оперативної інформації ускладнює процес управління банком. Існування банку, в якому приймаються неефективні рішення, можливо тільки доти, поки більшість конкурентів припускаються таких самих помилок. Як тільки хтось із них починає вириватися вперед, то виникає проблема виживання на ринку банківських послуг.

Світовий і вітчизняний досвід показує, що найвищий рівень розвитку бізнесу досягли комерційні структури, які мають розвинену інформаційну систему. Необґрунтовані управлінські рішення призводять до значних втрат, зниження ліквідності, платоспроможності і, як наслідок, до банкрутства. Незважаючи на істотні переваги, які отримують банки при впровадженні управлінського обліку в систему, управління банками протікає досить повільно.

© Поліщук Т. В., Тріщова Д. А. , 2015

Серед стримуючих чинників оновлення механізму управління слід виділити:

- недосконалість податкового законодавства;
- вирішення бюджетних проблем за рахунок приватного сектора;
- процедура управлінського рішення трудомістка, виконується в кілька етапів;
- впровадження нового механізму передбачає перебудову банківської структури [3].

Необхідність ведення управлінського обліку, узгодження чітких політик і процедур щодо його організації, а також методик, які будуть використовуватися в організації, потрібно описати в Положенні про облікову політику банку. Крім того, знадобляться й інші внутрішні розпорядчі документи, що регулюють взаємозв'язок всіх підрозділів банку в процесі виконання процедр управлінського обліку.

Розуміння керівництвом необхідності управлінського обліку при веденні бізнесу є визначальною умовою для його успішного впровадження в систему банку. Відсутність у банку порядку управління фінансово-економічною діяльністю – це типова причина невдалих спроб впровадження у практику підсистеми управлінського обліку. Найвище керівництво має забезпечити розвиток і підтримку бази управлінського обліку, що відповідає розміру банку та складності його операцій [3].

Важливим етапом у діяльності комерційних банків є підбір програмного забезпечення, яке б гарантувало якісну автоматизацію процесу надання менеджерам усіх рівнів управлінської інформації. Цей етап досить важливий, оскільки звіти, які формуються в наявних операційних банківських системах, не можуть повною мірою задовільнити потреби керівництва в необхідній інформації щодо діяльності банку. Банківська система має забезпечити надання інформації в різних підрозділах, необхідних для управлінського обліку, наприклад, в розрізі бізнес-підрозділів, бізнес-напрямків (сегментів клієнтів), продуктів або клієнтів [4]. Використання ж інших існуючих «підручних засобів» (наприклад, формування звітів в Excel у вигляді електронних таблиць) призводить до високих витрат робочого часу для підготовки потрібних аналітичних даних.

Інформація з часом втрачає свою цінність, швидкість її формування є важливим чинником у будь-якій звітності. Головне надбання автоматизації управлінського обліку – створення єдиного місця зберігання та обміну даних різних підрозділів і надання можливості керівникам різних рівнів використовувати необхідну інформацію за різними рівнями її деталізації.

Очікуваний ефект від процесу автоматизації управлінського обліку можна розглянути за допомогою таких складових:

- зменшення витрат робочого часу на обробку даних;
- якісна підготовка інформації;
- скорочення часу для прийняття рішення;
- швидке виявлення помилок і відхилень від запланованих показників;
- оптимізації виконуваних бізнес-процесів;
- скорочення витрат.

Наступним етапом після прийняття рішення про автоматизації управлінського процесу є вибір програмного забезпечення, яке може бути:

- створено профільними фахівцями, які працюють безпосередньо в банку;
- придбано як готовий програмний продукт;
- виготовлено на замовлення банку з урахуванням всіх його особливостей [5].

На цей час на ринку інформаційних технологій існує багато як вітчизняних, так і зарубіжних програмних продуктів, які покращують ведення обліку. За існуючої різноманітності зробити єдиний правильний вибір непросто, це пов'язано з тим, що кожен банк має свою особливу структуру та індивідуальні напрямки розвитку бізнесу. Саме тому в разі придбання готового програмного продукту виникає проблема його адаптації для певної структури управління. Це може виконати компанія-виробник або профільні працівники банку. Для внесення необхідних змін і налагодження програмного забезпечення банківські програмісти мають пройти відповідний курс навчання.

Етап навчання охоплює всі структурні підрозділи банку, які беруть участь у формуванні управлінської інформації. Цей етап дуже важливий і, як показує практика, займає 50 % всього часу на впровадження підсистеми управлінського обліку в банку. Підвищення рівня знань менеджерів різних ланок досягається шляхом проведення семінарів і навчальних курсів. Як показує практика, впровадження підсистеми управлінського обліку, її подальша експлуатація та обслуговування справа не з дешевих і вимагає значних додаткових фінансових витрат, певною мірою є одним із стримуючих чинників для керівництва та власників банку [5].

Структура методичних рекомендацій базується на передовій світовій практиці, а при їх розробці проводилися обговорення з представниками банківських установ. Національний банк України визнає, що поки складно

застосувати ринкові підходи до оцінки діяльності в Україні, але керівники банків повинні знати про прогресивні тенденції та розробляти методики трансфертного ціноутворення та інші політики управлінського обліку.

Існує багато різних підходів до методик управлінського обліку. Але які б саме політики і процедури не використовувалися банком, система управлінського обліку має забезпечувати: розрахунок прибутковості підрозділів, бізнес-напрямків, продуктів; розвиток об'єктивної бази для встановлення цін на продукти; розподіл доходів і витрат за центрами відповідальності; розробку стратегічних планових значень; моніторинг фактичного виконання бюджету, як для всього банку, так і для окремих підрозділів, з аналізом відхилень [6].

Протягом останніх 10 років відбулося значне покращення стандартів обліку, використовуваних банками України, з їх наближенням до міжнародного рівня, встановленого в рамках міжнародних стандартів бухгалтерського обліку (МСБО) та міжнародних стандартів фінансової звітності (МСФЗ).

Створення чіткої системи фінансового обліку на базі міжнародних стандартів є необхідним підготовчим етапом для розвитку управлінського обліку, хоча цей розвиток поки відбувається досить повільно. Розвиток систем управлінської інформації в багатьох банках знаходиться на початковій стадії. Складність банківських операцій (і швидке зростання валюти балансу багатьох банків) визначають розвиток систем управлінської інформації актуальним питанням, яке вимагає негайного розгляду та вирішення.

Науковий керівник – канд. екон. наук, старший викладач Литвиненко А. О.

Література: 1. Хорнгрен Т. Ч. Бухгалтерський облік: Управлінський аспект / Т. Ч. Хорнгрен, Дж. Фостер ; ред. Я. В. Соколов. – М. : Фінанси і статистика, 2013. – 415 с. **2.** Щербаков С. С. Система інформаційного забезпечення внутрішнього контролю в комерційному банку [Електронний ресурс] / С. С. Щербаков. – Режим доступу : http: //www.cfin.ru. **3.** Кіндрацько Л. М. Роздуми практика над проблемами теорії бухгалтерського обліку / Л. М. Кіндрацько // Фінанси, облік і аудит. – 2012. – Спец. вип. – С. 196–202. **4.** Шеремет А. Д. Управлінський облік / А. Д. Шеремет. – Запоріжжя : Обрій, 2012. – 510 с. **5.** Катерник А. В. Вибір збалансованої системи показників для експрес-діагностики системи управління компанією / А. В. Катерник. – Житомир : Знання, 2011. – 135 с. **6.** Клочков І. А. Управленческий учет в коммерческом банке : практ. пособие / И. А. Клочков, А. Г. Терехов, Ю. Н. Юденков ; ред. С. М. Шапигузов. – М. : ФБК-ПРЕСС, 2002. – 192 с.

ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ТА ЗАСТОСУВАННЯ СИСТЕМИ ЗБАЛАНСОВАНИХ ПОКАЗНИКІВ НА АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

УДК 005.6:631.11

Половінкіна Я. Ю.

Магістрант 1 року навчання
факультету економіки і права ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Розглянуто сутність та напрямки застосування системи збалансованих показників на підприємстві. Проаналізовано найбільш вигідні збалансовані показники. Визначено особливості використання системи збалансованих показників на аграрних підприємствах.*

Ключові слова: *збалансовані показники, аграрне підприємство, стратегічне управління.*

Аннотация. *Рассмотрены сущность и направления применения системы сбалансированных показателей на предприятии. Проанализированы наиболее выгодные сбалансированные показатели. Определены особенности использования системы сбалансированных показателей на аграрных предприятиях.*

Ключевые слова: *сбалансированные показатели, аграрное предприятие, стратегическое управление.*

© Половінкіна Я. Ю., 2015

Annotation. *The essence and the direction of application of the balanced scorecard in the company. Analyzed the most profitable scorecards. The features of the use of a balanced scorecard for agricultural enterprises.*

Keywords: *balanced scorecard, agricultural business, strategic management.*

Економічна ситуація в Україні зумовлює необхідність використання сільськогосподарськими підприємствами сучасних підходів, інструментів і методів управління для забезпечення їх конкурентоспроможності на внутрішньому та зовнішніх ринках. Вирішальне значення має стратегічне управління як один із сучасних підходів ефективної адаптації до мінливого зовнішнього середовища, забезпечення конкурентоспроможності та довгострокового успіху підприємства. Збалансована система показників значно розширює можливості стратегічного планування, роблячи його більш реальним.

Збалансованій системі показників у теоретичному та практичному аспектах присвячено багато праць вітчизняних та зарубіжних авторів. Серед них необхідно виділити роботи таких зарубіжних дослідників, як Каплан Р.[4], Нортон Д.[4], Пол Р. [7], Парментер Д. [8], Рамперсад К. [10]. Серед вітчизняних науковців це питання розкрито в працях таких учених, як: Гершун А. М. [11], Кизим М. О. [5], Пилипенко А. А. [9], Зінченко В. А. [5], Чергнега О. М. [12], Гольдфарб А. Г. [2], Ласковська О. О. [6], Гончарова С. Ю. [3], Смірнов В. В. [11]. Щодо підприємств АПК, то система ЗСП залишається недостатньо адаптованою.

Метою статті є теоретичне обґрунтування особливостей формування та застосування системи збалансованих показників на аграрних підприємствах.

ЗСП – це система стратегічного управління організацією на основі вимірювання й оцінки її ефективності по набору показників, підібраних таким чином, щоб врахувати всі істотні (з точки зору стратегії) аспекти її діяльності (фінансові, виробничі, маркетингові).

Процес впровадження ЗСП складається із двох основних етапів, перший із яких є підготовчим, а другий – безперервним циклічним процесом розгортання й доопрацювання системи.

Збалансований розвиток аграрних підприємств означає збалансоване, зрівноважене (що не передає рівності показників) зростання як економічних, так і соціальних і екологічних параметрів постійними пропорційними (у раціональному співвідношенні до пропорційних) темпами, забезпечуючи загальний прогрес суспільства у всіх його сферах.

Саме ЗСП дозволяє з величезних масивів даних витягувати корисну інформацію, відкидаючи все зайве і зосереджуючись на стратегічно важливій для розвитку організації інформації. ЗСП сьогодні стає основою інформаційних систем великих і середніх бізнес-корпорацій, так само як і організацій неприбуткового сектора. Більш того, ЗСП упевнено захоплює сфери моделювання і реінжинірингу бізнес-процесів (ділових процесів) у прибуткових і неприбуткових організаціях.

Аналіз методичних підходів до побудови ЗСП свідчить, що найбільш ефективним є п'ятиетапний процес побудови, який передбачає розробку стратегічних цілей, побудову причинно-наслідкових зв'язків, вибір показників, встановлення цільових значень показників і визначення стратегічних заходів (рис. 1).

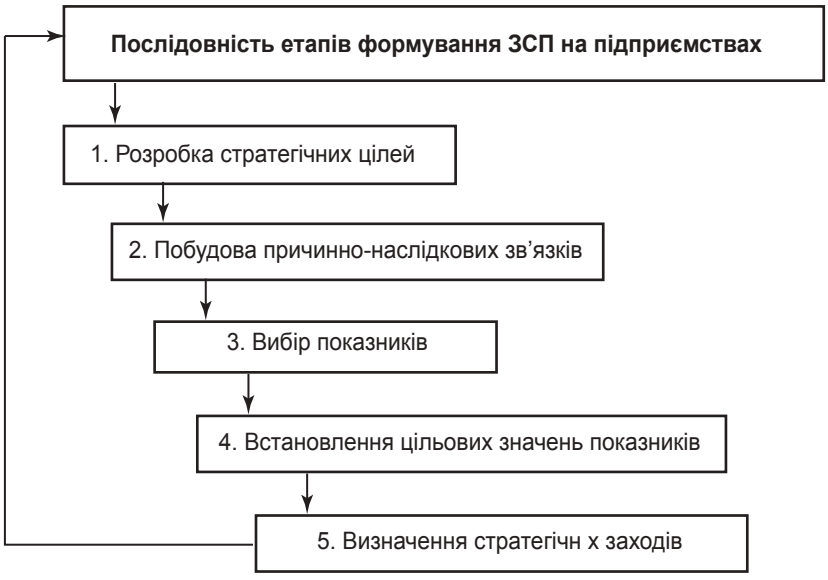


Рис. 1. **П'ятиетапний процес побудови ЗСП**

Стратегія розвитку агропромислового комплексу України має базуватися на визначенні, що агропромислове виробництво є складовою єдиного народногосподарського комплексу.

При розробленні й реалізації стратегії розвитку АПК необхідно враховувати, що Україна є не аграрною і не промисловою державою, а такою, що стала на постіндустріальний шлях розвитку, де ці сфери діяльності функціонують як єдине ціле, а земля є складовою виробничого капіталу.

Основними стратегічними цілями розвитку аграрного підприємства з урахуванням зазначеної мети є:

- впровадження системи збалансованих показників;
- залучення додаткового капіталу (залучення інших інвесторів);
- перепідготовка працівників для роботи з новими технологіями та підвищення кваліфікації фахівців високого профілю;
- покращення системи мотивації праці.

Отже, збалансована система показників (ЗСП) являє собою не тільки систему виміру ефективності діяльності компанії у стратегічному фокусі, але і повнофункціональну систему управління компанією.

Збалансованість системи показників полягає в дії механізму взаємозв'язку між кількісними та якісними показниками, стратегічним і операційним рівнями управління, минулими й майбутніми результатами, а також між внутрішніми й зовнішніми аспектами діяльності підприємства.

Для оцінки діяльності підприємства як функції управління потрібна система показників, яка б комплексно її характеризувала. Спеціалісти зі ЗСП рекомендують 4 складові ЗСП: фінансову, маркетингову, внутрішніх бізнес-процесів, якості та розвитку персоналу (рис. 2).

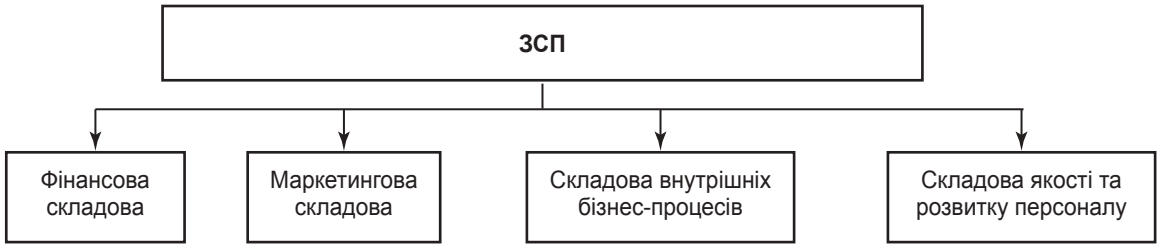


Рис. 2. **Складові збалансованої системи показників**

Ці складові не в повному обсязі характеризують аграрні підприємства, тому доречно додати ще дві складові – соціальну та екологічну (рис. 3).

Рис. 3. **Соціальна та екологічна складові ЗСП**

До соціальної складової будуть входити такі показники: компетентність персоналу, якість виробництва, якість трудової діяльності, інтегральний індекс використання трудових ресурсів, індекс якісних показників розвитку. До екологічної складової – показник родючості грунтів, коефіцієнт інтегрованого стану земельної території, коефіцієнт екологічної стабільності, ступінь розораності, питома вага екологічно стійких угідь, ступінь хімічного навантаження. Перелік показників, що характеризують діяльність підприємства та можуть входити до збалансованої системи показників із соціальною та екологічною складовою, наведено у табл. 1.

Вимоги, що висуваються у процесі вибору системи показників, передбачають охоплення всіх основних сторін діяльності підприємства й необхідність виключення показників, що функціонально взаємопов'язані, тобто певним чином дублюються. Теоретично сформована система показників повинна бути аналітично перевірена на предмет статистичного взаємозв'язку та узгодженості.

Таблиця 1

Перелік показників, що можуть входити до збалансованої системи показників

Показник	Визначення	Джерело
1	**2**	**3**
1. Фінансова складова		
Коефіцієнт автономії (фінансова незалежність)	Коефіцієнт свідчить про те, за яких обставин підприємство може всі свої зобов'язання покрити за рахунок власних джерел (0,5–0,6)	8
Коефіцієнт покриття (коефіцієнт загальної платоспроможності)	Коефіцієнт свідчить про достатність ресурсів оборотних активів для погашення поточних зобов'язань (2,0–2,5)	8
Коефіцієнт абсолютної платоспроможності	Визначає, яку частину поточних зобов'язань підприємство може погасити зараз (0,1–0,2)	8
Коефіцієнт достатності чистого грошового потоку підприємства	Коефіцієнт визначає достатність генерованого підприємством чистого грошового потоку з позиції фінансових потреб	8
Коефіцієнт рентабельності активів	Коефіцієнт показує, скільки прибутку може бути отримано від загального виторгу від реалізації	8
2. Маркетингова складова		
Критичний обсяг реалізаії	Коефіцієнт характеризує таку масу продажу продукції, за якої витрати на виробництво і збут продукції дорівнюють виторгу від продажу	4
Комплексний показник виконання договірних зобов'язань	Аналіз виконання договірних зобов'язань треба проводити за асортиментом, якістю та строками постачання, адже договір вважається виконаним лише тоді, коли виконуються всі умови постачання	4
Частка ринку	Показник свідчить про частку ринку, яку займає підприємство	4
3. Складова внутрішніх бізнес-процесів		
Собівартість	Собівартість є важливим показником, який характеризує роботу підприємства. Від її рівня залежать фінансові результати діяльності підприємства, темпи виробництва, фінансовий стан суб'єкта господарювання	4
Коефіцієнт рентабельності продукції	Діяльність підприємства спрямована на збільшення рентабельності продукції, що досягається за допомогою розробки заходів щодо зниження собівартості підприємства	8
Виробнича потужність	Показник характеризує максимально можливий випуск продукції за реально існуючого обсягу виробничих ресурсів і досягнутого рівня техніки	11
Коефіцієнт придатності основних виробничих фондів	Підприємство у своїй діяльності має прагнути до постійного відновлення основних фондів і їхньої модернізації, тому управлінська діяльність повинна бути сконцентрована на підвищенні коефіцієнта придатності й недопущенні його істотного зниження в середньостроковій і довгостроковій перспективі	12
4. Складова якості та розвитку персоналу		
Коефіцієнт забезпеченості кадрами	Коефіцієнт використовується для оцінки рівня забезпеченості підприємства працівниками в цілому	11
Коефіцієнт кадрового потенціалу	Коефіцієнт характеризує рівень забезпеченості підприємства кваліфікованими працівниками	11
5. Соціальна складова		
Компетентність персоналу	Ступінь кваліфікації працівника, яка дозволяє успішно вирішувати його професійні завдання	11
Інтегральний індекс використання трудових ресурсів	Відбиває динаміку ефективності використання застосовуваних ресурсів і поточних витрат	4
Індекс якісних показників розвитку	Інтегральний показник, який застосовується для оцінки рівня соціального розвитку	4
Якість виробництва	Перевірка продукції на її відповідність установленим вимогам	8
Якість трудової діяльності	Визначається соціально-економічним та організаційно-технічним факторами	8
Адаптивність	Природжена та набута здатність до адаптації, тобто пристосування до всієї багатоманітності життя за будь-яких умов	8
6. Екологічна складова		
Показник родючості грунтів	Кількісні характеристики основних властивостей ґрунту, які визначають рівень їх родючості та придатність до вирощування сільськогосподарських культур	11

Закінчення табл. 1

1	2	3
Коефіцієнт інтегрованого стану земельної території	Максимально враховує всю гаму якісного складу видового ресурсного складу довкілля	4
Коефіцієнт екологічної стабільності	Визначає екологічну стабільність підприємства	4
Ступінь розораності	Обчислюється як частка від ділення площі ріллі і багаторічних культурних насаджень на площу сільськогосподарських угідь	11
Питома вага екологічно стійких угідь	Оцінка впливу складу угідь на екологічну стабільність території, стійкість якої залежить від сільськогосподарської освоєності земель, розораності й інтенсивності використання угідь, проведення меліоративних і культуротехнічних робіт, забудови території	11
Ступінь хімічного навантаження	Ступінь прямого і опосередкованого впливу людей, господарства на природу в цілому та окремі її компоненти й елементи	11

Згруповано автором на основі літературних джерел

У межах великого підприємства АПК збалансована система показників дає змогу постійно оцінювати внесок тієї або іншої ланки в досягнення загальнокорпоративних цілей.

Наведені основні характеристики ЗСП свідчать про перевагу цього методу управління над іншими, про необхідність його впровадження на разі як нового методу управління для спрямування підприємств на вихід із кризового стану, для свого розвитку, підвищення ефективності виробничо-господарської діяльності. Саме цей метод зможе активізувати соціальну складову організаційного механізму функціонування підприємств у сучасних складних умовах економіки.

Результатом дослідження є врахування специфіки підприємства при формуванні системи збалансованих показників на аграрних підприємствах.

Практичне значення в результаті дослідження полягає у визначенні того, що система збалансованих показників у сучасних умовах стратегічного управління підприємством є важливим засобом його успішного функціонування, оскільки дозволяє з величезних масивів даних витягувати корисну інформацію, зосереджуючись на стратегічно важливій для розвитку підприємства інформації.

У подальших дослідженнях автор планує зосередитись на особливостях формування та застосування системи збалансованих показників на аграрних підприємствах.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Іпполітова І. Я.

Література: 1. Гершун А. Технологии сбалансированного управления / А. Гершун, М. Горский. – М. : Олимп-Бизнес, 2010. – 415 с. **2.** Гольдфарб А. Г. Человеческий фактор как основная проблема внедрения сбалансированной системы показателей на отечественных предприятиях / А. Г. Гольдфарб // Бизнес Информ. – 2007. – № 11. – С. 166–169. **3.** Гончарова С. Ю. Удосконалення збалансованої системи показників діяльності підприємства / С. Ю. Гончарова, О.О. Затєйщикова // Економіка розвитку. – 2007. – № 1. – С. 81–83. **4.** Каплан Р. С. Сбалансированная система показателей. От стратегии к действию / Р. Каплан, Д. Нортон ; [пер. с англ. М. Павлова]. – М. : Олимп-Бизнес, 2003. – 304 с. **5.** Кизим М. О. Збалансована система показників : монографія / М. О Кизим, А. А. Пилипенко, В. А. Зінченко. – Харків : ВД "ІНЖЕК", 2007. – 192 с. **6.** Лясковська О. О. Переваги та недоліки збалансованої системи показників / О. О. Лясковська // Актуальні проблеми економіки. – 2008. – № 7 (85). – С. 119–126. **7.** Нивен Пол Р. Сбалансированная система показателей: шаг за шагом: максимальное повышение эффективности и закрепление полученных результатов / Нивен Пол Р. ; [пер. с англ.]. – Днепропетровск : Баланс Бизнес Букс, 2004. – 328 с. **8.** Парментер Д. Ключевые показатели эффективности / Д. Парментер ; пер. с англ. – М. : Олимп-Бизнес, 2008. – 288 с. **9.** Пилипенко А. А. Організація управління інтегрованими структурами бізнесу в контексті збалансованої системи показників : монографія / А. А. Пилипенко, І. В. Ярошенко. – Харків : ВД «ІНЖЕК», 2007. – 152 с. **10.** Рамперсанд Х. Универсальная система показателей: Как достигать результатов, сохраняя целостность / Х. Рамперсанд. – М. : Альпина Бизнес Букс, 2006. – 352 с. **11.** Смірнов В. В. Система збалансованих показників як ефективний інструмент об'єктивної оцінки діяльності підприємства / В. В. Смірнов, О. О. Клименко // Академічний огляд. – 2007. – № 2. – С. 97–102. **12.** Чернега О. М. Розроблення збалансованої системи показників управління підприємством / О. М. Чернега // Вісник соціально-економічних досліджень : зб. наук. пр. Одеського держ. економ. ун-ту. – 2009. – № 29. – С. 224–228.

ОСОБЛИВОСТІ ВІДОБРАЖЕННЯ В ОБЛІКУ ДЕПОЗИТНИХ ОПЕРАЦІЙ БАНКУ

УДК 657:336.71(477)

Полякова Я. М.
Давидович В. О.

Студенти 3 курсу
факультету обліку і аудиту ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Визначено теоретичні аспекти проведення депозитних операцій, розглянуто поняття «депозит» і «довгострокові вклади», а також операції банку з обліку депозитів, залучення та розміщення грошових коштів на депозит іншими комерційними банками в Україні.*

Ключові слова: *депозит, довгострокові вклади, комерційний банк, облік депозитів, розміщення грошових коштів.*

Аннотация. *Определены теоретические аспекты проведения депозитных операций; рассмотрены понятия «депозит» и «долгосрочные вклады», а также операции банка по учету депозитов, привлечение и размещение денежных средств на депозит другими коммерческими банками в Украине.*

Ключевые слова: *долгосрочные вклады, коммерческий банк, учет депозитов, размещение денежных средств.*

Annotation. *In the article are defined the theoretical aspects of conducting deposit operations, examines the concept of "deposit" and "long term investments", reviewed the operations of the Bank deposits, attracting and placing funds on deposit with other commercial banks in Ukraine.*

Keywords: *the deposit, the term deposits, the commercial bank, the deposit accounting, the allocation of funds.*

Актуальність цього дослідження полягає в тому, що банківські депозити у багатьох країнах являються одним із факторів економічного зростання країни. Ресурсною базою будь-якого банку постають депозитні вклади. А серед комерційних банків можна виділити такі ресурси: залучені кошти клієнтів, отримані кредити в інших банках, емісія цінних паперів. Завдяки депозитам відбувається розвиток банківської діяльності.

Дослідженням проблеми обліку депозитних операцій займалися такі вчені: Мазур О. А., Герасимович А. М., Савлук М. І., Кириленко В. Б., Васюренко О. В., Гальчинський А. С. та інші вітчизняні науковці.

Метою цього дослідження є опис організації депозитних операцій, порядок оформлення розрахунків з клієнтами.

Відповідно до Положення про порядок здійснення банками України депозитних операцій із юридичними та фізичними особами під депозитом (вкладом) розуміються грошові кошти в готівковій або безготівковій формі у валюті України, або в іноземній валюті, або банківські метали, які банк прийняв від вкладника або які надійшли для вкладника на договірних засадах на визначений строк зберігання чи без зазначення такого строку (під процент або дохід в іншій формі) і підлягають виплаті відповідно до законодавства України та умов договору [1].

Депозити, що застосовуються у практиці сучасних банків, відрізняються залежно від строку, категорії депонента, умов внесення і вилучення коштів, сплати відсотків та інших характеристик [2]. Активні депозитні операції – операції, в яких комерційний банк розміщує власні грошові кошти в інших банках, а пасивні депозитні операції – коли комерційний банк залучає кошти на депозит [3].

Під час здійснення депозитної операції виконуються такі операції:

1. Реєстрація депозитного рахунку;
2. Операції щодо залучення на депозит коштів;
3. Операції з вилучення з депозиту коштів;
4. Нарахування за депозитом відсотків;
5. Закриття депозитного рахунку.

Для того щоб відкрити депозитний рахунок в банку, фізичній особі необхідно подати такі документи:

1. Заяву на відкриття рахунку;
2. Копії сторінок паспорту;
3. Довіреність на відкриття рахунку;
4. Договір.

© Полякова Я. М., Давидович В. О., 2015

Установи банку здійснюють перевірку наданих документів на відповідність їх чинному законодавству під час отримання цих документів на відкриття депозитних рахунків [3].

Депозитні операції між банком та юридичними і фізичними особами оформляються договорами. Договори можуть бути такими:

1. Договір банківського рахунку;
2. Договір банківського вкладу з видачею ощадної книжки;
3. Договір банківського вкладу з видачею ощадного сертифіката;
4. Договір банківського вкладу з видачею іншого документа, що підтверджує внесення грошової суми.

У кожного договору є реєстраційний номер. Депозитні рахунки реєструють у книзі відкритих рахунків. Якщо вкладник закриває депозитний рахунок, то в цій книзі реєструють дату закриття цього рахунку. Номери вже закритих рахунків не можна присвоювати новим клієнтам банку.

Облік депозитних операцій залежить від виду операції: активна чи пасивна. Якщо ця депозитна операція є активною, вона є міжбанківською, а отже, і в обліку вона буде відображатися на рахунках першого класу. Депозитні рахунки – пасивні, (мають кредитове сальдо), мають мультивалютний характер. На депозитних рахунках відображаються операції із використання та залучення ощадних вкладів та строкових депозитів як у національній, так і в іноземній валюті. Треба зазначити, що такі операції є малочисельними порівняно з пасивними. Такими операціями можуть бути міжбанківські, клієнтські, операції з сертифікатами.

Депозит може бути використаний у двох значеннях:

1. Депозит, який являє собою грошові кошти, що вносяться боржником у фінансово-кредитні, судові або адміністративні установи для зберігання з подальшою передачею (за певних умов) тим чи іншим господарюючим суб'єктам або громадянам – депозитором.

2. Депозит, який являє собою внесок грошових коштів або цінних паперів у банки. Депозит – це внесок на певний термін, за якого відразу ж обумовлюються умови повернення коштів або цінних паперів [4].

Суб'єктами відносин щодо обслуговування депозитів виступають:

1. Комерційні банки як позичальники;
2. Підприємства (фірми, організації), банки та інші кредитні установи, фізичні особи;
3. Власники коштів як кредитори [5].

На депозитних рахунках державних підприємств та організацій відбивають тільки операції для обліку депозитів. Надання юридичним особам можливостей по фактичному відкриттю додаткових розрахункових рахунків забороняється: у договорах про надання депозиту може бути обговорено термін використання банком тимчасово вільних грошових коштів юридичних осіб, не має передбачатися безперешкодне витрачання зарахованих коштів за розпорядженням клієнта. Таким чином, юридичні особи не повинні мати можливість проводити операції незалежно від наявності претензій до розрахункового рахунку з порушенням черговості платежів, використовувати рахунок для акумуляції коштів, що їм не належать, із наступним витрачанням у різних угодах [6].

Для юридичних осіб банки можуть пропонувати такі види депозитів:

1. Відкриті депозити. Грошові кошти вкладають на рахунок у банку. Розрізняють такі види відкритих депозитів:

а) депозити до запитання, за якими немає обмежень по сумах, терміну зберігання коштів, та їх видача повинна бути зроблена на першу вимогу вкладника;

б) строковий депозит, що відкривається на конкретний термін;

в) квазісрочний депозит без певного терміну зберігання;

2. Закриті;

3. Сейфові [7].

Комерційні банки здатні запропонувати клієнту безліч видів різноманітних банківських продуктів і послуг. Але далеко не всі банківські операції використовуються у практиці банківської установи. Банк не може нормально існувати та функціонувати без певних банківських правил. Серед них головне місце займають залучення депозитів і розміщення на певний строк коштів. Вважається, що депозити є одними з найважливіших ресурсних джерел комерційних банків.

Банківська структура депозитів дуже непостійна і залежить від кон'юнктури грошового ринку. Структура банківських депозитів має деякі недоліки, такі як матеріальні і грошові витрати банку при залученні коштів у вклади, обмеженість вільних грошових коштів у рамках окремого регіону. Крім того, мобілізація коштів у внески залежить значною мірою від клієнтів, а не від самого банку. Виходячи з цього, на ринку кредитних ресурсів конкурентна боротьба між банками змушує їх вживати заходів із розвитку послуг, які сприятимуть залученню депозитів. Для

цього комерційним банкам важливо розробити стратегію депозитної політики на основі цілей і завдань комерційного банку, закріплених у його статуті, і з необхідності збереження банківської ліквідності [8].

Для більш ефективного управління депозитами банку необхідно визначити оптимальний обсяг періоду зберігання строкових вкладів фізичних і юридичних осіб. Особливу увагу слід приділити тому, що терміни депозитів мають бути пов'язані з термінами оборотності кредитів, на видачу яких можуть бути спрямовані термінові депозити.

Кожен банк має розробляти свою депозитну політику, виходячи зі специфіки своєї діяльності, інфляції в економіці і враховуючи фактор конкуренції ринку. На основі цього банк визначає види депозитів, їх терміни і відсотки та умови проведення депозитних операцій.

Таким чином, система реєстрації депозитів потребує удосконалення. Мета системи реєстрації депозитів – це забезпечення достовірної і своєчасної інформації у бухгалтерському обліку за сумами депозитів. Також важливо надавати своїм вкладникам найзручніші форми депозитного обслуговування, які б звели витрати часу до мінімуму. Банк постійно повинен здійснювати пошук нових методів управління депозитними операціями комерційних банків.

Науковий керівник – канд. екон. наук, старший викладач Литвиненко А. О.

Література: 1. Інструкція з бухгалтерського обліку кредитних, вкладних (депозитних) операцій та формування і використання резервів під кредитні ризики в банках України [Електроннний ресурс] : Постанова Міністерства юстиції України від 27.12.2007 № 481. – Режим доступу : http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/z0048-08. **2.** Васюренко О. В. Облік і аудит у банках : навч. посіб. / О. В. Васюренко, Л. В. Сердюк, О. М. Сидоренко та ін. ; за ред. О.В. Васюренка. – Київ : Знання, 2006. – 595 с. **3.** Кириленко В. А. Організація поточного обліку за депозитними операціями / В. А. Кириленко // Бухгалтерський облік і аудит. – 2007. – № 12. – С. 28–34. **4.** Лобозинська С. М. Облік і аудит у банку : навч. посіб. / С. М. Лобозинська ; за ред. С. К. Реверчук. – Київ : Знання, 2007. – 630 с. **5.** Лагутін В. Д. Кредитування: теорія і практика : навч. посіб. – Київ : Знання, 2002. – 215 с. **6.** Глєбова Н. В. Облік у банках : навч. посіб. / Н. В. Глєбова, Л. М. Стиренко. – Харків : Вид-во ХНЕУ, 2009. – 308 с. **7.** Герасимович А. М. Облік та аудит у комерційних банках / А. М. Герасимович, Т. В.Кривов'яз, О. А. Мазур та ін. ; за ред. А. М. Герасимовича. – Львів : Фенікс, 2009. – 512 с. **8.** Литвин Н. Б. Фінансовий облік у банках : підручник / Н. Б. Литвин. – Київ : Хай-Тек Прес, 2010. – 608 с.

ПОРІВНЯННЯ ОСОБЛИВОСТЕЙ ОБЛІКУ ТОВАРІВ В ОПТОВІЙ І РОЗДРІБНІЙ ТОРГІВЛІ

УДК 657.421:[339.33+339.37]

Полякова Я. М.

Студент 3 курсу
факультету обліку і аудиту ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Розглянуто особливості обліку товарів у роздрібній і оптовій торгівлі. Наведено та проаналізовано відмінності між обліком у роздрібній та оптовій торгівлі. Проаналізовано господарські операції з обліку оприбуткування товарів в оптовій і роздрібній торгівлі.*

Ключові слова: *оптова торгівля, роздрібна торгівля, товари, реалізація товарів, оприбуткування товарів, торгова націнка.*

© Полякова Я. М., 2015

Аннотация. *Рассмотрены особенности учета товаров в розничной и оптовой торговле. Приведены и проанализированы различия между учетом в розничной и оптовой торговле. Проанализированы хозяйственные операции по учету оприходования товаров в оптовой и розничной торговле.*

Ключевые слова: *оптовая торговля, розничная торговля, товары, реализация товаров, оприходование товаров, торговая наценка.*

Annotation. *The article describes the features of the account of goods in retail and wholesale trade. Presented and analyzed in the light of the differences between the retail and wholesale trade. There was analyzed the business transactions for accounting posting of goods in wholesale and retail trade.*

Keywords: *wholesale trade, retail trade, products, realization of goods, goods receiving, trading margin.*

На сьогодні торгівля посідає друге місце у створенні ВВП держави, тому для держави є одним із пріоритетних завдань створити сприятливі умови для розвитку торгівлі.

Здійснення оптової та роздрібної торгівлі регламентується такими законодавчими актами України: Конституцією України, Господарським кодексом України, "Про захист прав споживачів", "Про захист економічної конкуренції" та іншими законодавчими актами та постановами Кабінету Міністрів України та нормативними актами відповідних міністерств та відомств, а також Статутом підприємства.

Питаннями обліку оптової та роздрібної торгівлі займалися такі вчені та дослідники: Гура Н. О., Бланк І. О., Лігоненко Л. О., Марцин В. С., Міщук І. П.

Метою цієї статті є розкриття відмінностей обліку товарів у роздрібній та оптовій торгівлі, а також відображення господарських операцій.

Відповідно до п. 1 ст. 263 Господарського Кодексу господарсько-торговельною є діяльність, що здійснюється суб'єктами господарювання у сфері товарного обігу, спрямована на реалізацію продукції виробничо-технічного призначення і виробів народного споживання, а також допоміжна діяльність, яка забезпечує їх реалізацію шляхом надання відповідних послуг [1]. Залежно від форми організації і функцій, які виконують, торговельні підприємства поділяються на оптові та роздрібні. Завдання оптових підприємств полягає в тому, щоб забезпечити відвантаження товарів покупцю оптимальними партіями з найкращим використанням транспортних засобів; зниження витрат на транспортування та витрат обігу; в своєчасному забезпеченні товарами, необхідними для населення та виробництв; доробку і підсортування товарів, їх комплектність і асортимент [2].

Роздрібна торгівля здійснюється через магазини (продовольчі, непродовольчі, спеціалізовані, універмаги, універсами, торгові комплекси тощо), дрібно-роздрібну мережу (палатки, кіоски, ятки, павільйони, торгові автомати), пересувну мережу (автомагазини, лавки-автопричепи, візки, розноски, столики). В роздрібній торгівлі товари реалізуються, як правило, кінцевому споживачеві – населенню [3]. Однією з головних складових в обліку товарів є звітність матеріально-відповідальних осіб і ведення аналітичного обліку товарів бухгалтером і матеріально-відповідальною особою на складах або інших місцях зберігання ТМЦ.

Облік товарів на торговельних підприємствах ведеться на рахунку 28 «Товари. На цьому рахунку обліковується наявність та рух ТМЦ. За дебетом цього рахунку відображається надходження товарів, за кредитом – списання, реалізація та вибуття товарів [4]. Наведемо порядок обліку надходження товарів на оптове підприємство від постачальника в табл. 1.

Таблиця 1

Бухгалтерські проведення при оприбуткуванні товарів

Зміст господарської операції	Кореспонденція рахунків		Сума, грн
	Дт	Кт	
1. Перша подія – надходження товарів			
1) Оприбуткований товар за купівельною вартістю	281	631	5000
2) Відображена сума податкового кредиту з ПДВ	641	631	1000
3) Оплачений отриманий товар	631	311	6000
2. Перша подія – передоплата постачальнику			
1) Здійснена оплата за товар	371	311	15000
2) Відображена сума податкового кредиту з ПДВ	641	644	2500
3) Оприбуткований товар за купівельною вартістю	281	631	12500
4) Списано суму раніше нарахованого податкового кредиту	644	631	2500
5) Відображено зарахування заборгованостей	631	371	15000

Згідно з П(С)БО 9 «Запаси» до ціни продажу товарів, як в оптовій так і роздрібній торгівлі, включаються такі витрати:

- суми, що сплачуються згідно з договором постачальнику (продавцю) за вирахуванням непрямих податків;
- суми непрямих податків у зв'язку з придбанням запасів, які не відшкодовуються підприємству / установі;
- суми ввізного мита;
- транспортно-заготівельні витрати (затрати на заготівлю запасів, оплата тарифів за вантажно-розвантажувальні роботи і транспортування запасів усіма видами транспорту до місця їх використання, включаючи витрати зі страхування ризиків транспортування запасів);
- інші витрати, які безпосередньо пов'язані з придбанням запасів і доведенням їх до стану, в якому вони придатні для використання у запланованих цілях [5].

Також у П(С)БО 9 «Запаси» зазначено, що до первісної вартості товарів включаються транспортно-заготівельні витрати. Є два основних методи розподілу ТЗВ:

1) прямий розподіл ТЗВ передбачає безпосереднє включення ТЗВ у собівартість придбаних товарів;

2) метод середнього відсотка полягає в тому, що вирахувавши середній відсоток, можна дізнатися суму ТЗВ, що припадає на товари, які реалізувало підприємство.

Порядок обліку надходження товарів на роздрібні торговельні підприємства в цілому аналогічний оптовим підприємствам. Товари на роздрібні підприємства надходять на підставі договорів купівлі-продажу безпосередньо від виробників або оптових торгових підприємств. На відвантажені товари постачальник виписує роздрібному підприємству рахунок-фактуру та інші документи, що супроводжують товар, а також податкову накладну. При отриманні товарів роздрібні підприємства перевіряють правильність цін, нарахованої суми ПДВ, акцизного збору, тарифів на перевезення. Товари приймають матеріально відповідальні особи на місцях зберігання товарів. Одержаний товар приймають за вагою нетто. Якщо неможливо дізнатися вагу товару без тари, тоді його вагу визначають після звільнення від тари, вираховуючи її вагу від маси-брутто. Оприбуткування товарів від постачальників наведено в табл. 2.

Таблиця 2

Бухгалтерські проведення при оприбуткуванні товарів (у роздрібній торгівлі)

Зміст операції	Дт	Кт	Сума, грн
1 подія – надходження товарів від постачальника			
1) Оприбутковані товари, придбані у постачальника (без ПДВ)	282	631	50000
2) Відображено у складі податкового кредиту суму ПДВ із придбаного товару	641	631	10000
3) Відображено ТЗВ, включені в рахунок постачальника	289	631	1250
4) Відображено у складі податкового кредиту суму ПДВ у транспортних витратах	641	631	250
5) Нараховано торгову націнку на товар	282	285	15000
6) Здійснено оплату постачальнику	631	311,301	60000
1 подія – попередня оплата			
1) Перераховано гроші постачальнику (разом із ПДВ)	371	311,301	60000
2) Відображено суму податкового кредиту з ПДВ	641	644	10000
3) Оприбутковано товар від постачальника (без ПДВ)	282	631	50000
4) Відображено у складі податкових розрахунків суму податкового кредиту	644	631	10000
5) Відображено ТЗВ, включені у рахунок постачальника	289	631	1250
6) Відображено у складі податкового кредиту суму ПДВ у ТЗВ	644	631	250
7) Нараховано торговельну націнку на товар	282	285	20000
8) Зараховано раніше перерахований аванс	631	371	60000

У роздрібній торгівлі на товари при оприбуткуванні встановлюється торгова націнка: Д-т 282 К-т 285. У процесі реалізації товарів відображається продажна вартість і податкове зобов'язання з ПДВ, а купівельна вартість списується наприкінці звітного періоду, після списання реалізованої торгової націнки (табл. 3).

Таблиця 3

Відображення в бухгалтерському обліку операцій із реалізації товарів у роздрібній торгівлі

Зміст операції	Дт	Кт	Сума, грн
Відображено у складі доходу виручку від реалізації товарів за готівку (чеками, кредитними картками)	301	702	24000
Нараховано податкові зобов'язання з ПДВ	702	641	4000
Списано торговельну націнку на реалізовані товари (або «сторно» зворотного запису)	285	282	2500
Списано собівартість реалізованих товарів	902	282	8000
Списано на кінець місяця	902	289	1200
Віднесено суму доходу (виручки) від реалізації за мінусом ПДВ на збільшення фінансового результату від основної діяльності	702	791	20000
Списано собівартість реалізації на зменшення фінансового результату від основної діяльності	791	902	8000

Таким чином, можна дійти висновку, що оптова торгівля та торгівля в роздріб мають певні відмінності. Візьмемо до уваги те, що оптові підприємства займаються продажем товарів іншим підприємствам для подальшого перепродажу, роздрібні підприємства продають товари кінцевим споживачам. Також найважливішою відмінністю є те, що в роздрібній торгівлі товари обліковуються за продажними цінами, а також в ціну реалізації входить і торгова націнка, а в оптовій торгівлі товари обліковуються за купівельною вартістю та не мають торгової націнки.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Пасенко Н. С.

Література: 1. Господарський кодекс України [Електронний ресурс] : Закон України від 16.01.2003 № 436-IV. – Режим доступу: http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=436-15. **2.** Бухгалтерський облік в торгівлі та ресторанному господарстві [текст] : навч. посіб. / Г. В. Блакита, І. О. Гладій, О. М. Дзюба та ін. – Київ : Центр учб. літ., 2014. – 288 с. **3.** Маляревський Ю. Д. Облік у галузях виробництва і послуг : навч. посіб. / Ю. Д. Маляревський, М. С. Горяєва, Н. С. Пасенко. – Харків : ВД "ІНЖЕК", 2012. – 400 с. **4.** Інструкція про застосування Плану рахунків бухгалтерського обліку активів, капіталу, зобов'язань і господарських операцій підприємств і організацій [Електронний ресурс] : Наказ Міністерства фінансів України від 30.11.1999 № 291. – Режим доступу : http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/z0893-99. **5.** Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 9 "Запаси" [Електронний ресурс] : Наказ Міністерства фінансів України від 20.10.1999 № 246. – Режим доступу : http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/z0751-99.

АНАЛІЗ ТЕНДЕНЦІЙ РОЗВИТКУ РЕКЛАМНОГО РИНКУ В УКРАЇНІ

УДК 659.1(477)

Полякова Я. М.

Студент 3 курсу
факультету обліку і аудиту ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Розглянуто основні тенденції розвитку рекламного ринку, проаналізовано об'єм рекламного ринку за видами носіїв і надано прогнози розвитку вітчизняного ринку реклами. Виявлено основні особливості його розвитку в Україні.*

Ключові слова: *ринок, реклама, тенденції, розвиток, організація.*

© Полякова Я. М., 2015

Аннотация. *Рассмотрены основные тенденции развития рекламного рынка, проанализирован объем рекламного рынка по видам носителей и даны прогнозы развития отечественного рынка рекламы. Выявлены основные особенности его развития в Украине.*

Ключевые слова: *рынок, реклама, тенденции, развитие, организация.*

Annotation. *This article examines the main trends in the development of the advertising market, analyzed volume of the advertising market by types of media and projected development of the domestic advertising market. The main features of its development in Ukraine.*

Keywords: *the market, the advertising, trends, the development, the organization.*

Протягом останніх років рекламна діяльність в Україні посіла важливе місце в соціально-економічному житті населення. У зв'язку з потребою суспільства в рекламі розвивається і рекламний ринок України, де з'являються нові ідеї, розробки, стратегії. За правильної організації реклама дуже ефективна і сприяє швидкої безперебійної реалізації виробленої продукції.

Практика використання такого інструменту ведення бізнесу в Україні нараховує менш ніж два десятиліття. Проте, незважаючи на невеликий проміжок часу, ринок реклами сформувався й ефективно функціонує [1, с. 108].

Цим питанням займалися такі вчені: Г. Г. Почепцов [2], Є. В. Ромат [3], Т. І. Краско [4], Т. І. Лук'янець [5], М. Н. Айзенберг [6], П. С. Зав'ялов [7] та ін.

Як зазначає Філіп Котлер, реклама – це будь-яка оплачувана замовником форма неособистого представлення та просування ідей, товарів або послуг. Місією реклами є: інформування, переконання, нагадування чи підкріплення рішення про покупку [8].

Рекламний ринок – це поняття, що означає комплекс попиту на рекламні послуги і конкурентних пропозицій, що задовольняють потреби на ці послуги (рекламні, маркетингові, медіа та ЗМІ) [9]. В теорії обсяг рекламного ринку має дорівнювати сумі всіх рекламних бюджетів, витрачених рекламодавцями у звітному періоді. Дослідження обсягів цього ринку покликане відобразити конкурентну ринкову картину серед рекламодавців, агентств, рекламоносіїв.

Основними принципами рекламної діяльності є: законність, точність, достовірність, використання форм та засобів, що не завдають споживачеві шкоди. Закон «Про рекламу» окремо забороняє недобросовісну рекламу, яка внаслідок неточності, недостовірності, двозначності, перебільшення, порушення вимог щодо часу, місця та способу розповсюдження вводить в оману споживачів [10].

Давати характеристику рекламного ринку в нашій країні зараз дуже складно, оскільки ринок став непередбачуваний, до того ж на український ринок впливають іноземні рекламодавці.

За формами використання носіїв реклами розрізняють такі види рекламних оголошень:

- оголошення у друкованих засобах масової інформації (газети, журнали);
- відеосюжети на телебаченні;
- спеціалізовані друковані видання (каталоги, рекламні проспекти, буклети, рекламні листки, купони та ін.);
- поштову рекламу;
- аудіоролики та оголошення на радіо;
- телемаркетинг, банерна реклама, рекламні оголошення та пропозиції у засобах Інтернет;
- рекламні щити, світлові рекламні пристрої;
- рекламну сувенірну продукцію;
- рекламу на транспорті [7].

Згідно з даними сайту ВРК у структурі реклами, як і раніше, домінує телевізійна реклама [9].

У цілому рекламні бюджети національного телебачення впали в 2014 р. на 20 % порівняно з 2013 р. (табл. 1) [9].

Також не варто забувати й про зовнішню рекламу. Об'єми зовнішньої реклами порівняно з 2013 р. впали на 31 %, за прогнозами в 2015 р. впаде ще на 0,97 %. Щодо реклами в кінотеатрах та на радіо, то вони також мають тенденцію до спадання. Так, радіореклама впала на 15 %, та за прогнозами Всеукраїнської рекламної коаліції об'єм радіо реклами має залишитися на рівні 290 млн грн. Об'єм реклами в кінотеатрах знизився з 40 млн грн до 30 млн грн але очікується стабілізація цього виду реклами.

Найбурхливіше в Україні розвивається ринок Інтернет-реклами. У 2014 р. Інтернет-ринок продовжив позитивний тренд. Головними складовими зростання ринку стали контекст (включаючи відео та мобільну складову), реклама в соціальних мережах. Формат відеореклами впевнено набрав обертів у 2014 р. і має всі шанси зайняти в наступному році частку близько 10 % від банерної реклами.

Таблиця 1

Об'єм медійного рекламного ринку України у 2014 р. і прогноз розвитку ринку в 2015 році

	Підсумки 2013 р., млн грн	Підсумки 2014 р., млн грн	Процент зміни 2014 р. до 2013 р.	Прогноз 2015 р., млн грн
ТБ-реклама	4 940	3 930	- 20%	3 930
Преса	2 497	1 670	- 33%	1 400
Радіореклама	340	290	-15%	290
Зовнішня реклама (ООН Advertising)	1 500	1 030	- 31%	1 020
Реклама в кінотеатрах	40	30	- 25%	30
Інтернет-реклама	2 050	2 115	+ 3%	2 315
УСЬОГО	11 367	9 065	- 20%	8 985

Розвиток Інтернет-реклами показує досить високий і швидкий темп зростання. Все більша кількість компаній спрямовують свої зусилля у сферу digital-маркетингу. На сьогодні Інтернет-реклама є одним із основних інструментів розвитку підприємства. Інтернет реклама є легко змінюваним і прогнозованим видом реклами. Ефективність такої реклами набагато простіше відстежити, ніж від будь-яких інших варіантів реклами, доступних на ринку на цей час.

В 2015 р. очікується зниження об'єму рекламного ринку до рівня 8985 млн грн, тобто знизиться на 0,88 %. Це пояснюється уповільненням економічної активності.

Для українського ринку реклами можна визначити такі основні тенденції розвитку. Доповнено і перероблено на основі джерел [8; 9]:

– впровадження новітніх технологій надасть змогу покращити рекламний ринок;

– нововведення у рекламній діяльності можуть посприяти появі нових та ефективних методів на ринку товарів і послуг;

– спостерігається зростання витрат на рекламу на телебаченні, в той же час спостерігається зниження витрат на рекламу та в газетах;

– радіореклама, преса та ТВ-реклама втрачають ефективність;

– через те, що підвищується роль реклами в мережі Інтернет, прослідковується зниження впливу телевізійної реклами.

Отже, розглянувши стан українського рекламного ринку, можна зрозуміти, що він знаходиться тільки на стадії становлення, але існує значний потенціал розвитку рекламного ринку на сучасному етапі його розвитку. Сказане про рекламний ринок можна узагальнити таким чином: по-перше, реклама є важливою складовою сучасного ринку; а по-друге, рекламний ринок оперує великими грошовими ресурсами і отримує прибуток через добре організовані рекламні кампанії.

Науковий керівник – викладач Корчагіна Г. А.

Література: 1. Миронов Ю. Б. Основи рекламної діяльності : навч. посіб. / Ю. Б. Миронов, Р. М. Крамар. – Дрогобич : Посвіт, 2007. – 108 с. **2.** Почепцов Г. Г. Теория коммуникации / Г. Г. Почепцов. – М. : Рефл-бук ; Київ : Ваклер, 2001. – 656 с. **3.** Ромат Є. В. Трансформація моделі державного управління рекламною діяльністю у перехідних умовах : монографія / Є. В. Ромат. – Київ : Вид-во НАДУ, 2003. – 380 с. **4.** Краско Т. И. Психология рекламы / Т. И. Краско ; под ред. Е. В. Ромата. – Харьков : Студцентр, 2002. – 216 с. **5.** Лук'янець Т. І. Маркетингова політика комунікацій : навч. посіб. / Т. І. Лук'янець. – Київ : КНЕУ, 2003. – 524 с. **6.** Айзенберг М. Н. Менеджмент рекламы / М. Н. Айзенберг. – М. : ЮНИТИ, 1993. – 80 с. **7.** Завьялов П. С. Маркетинг в схемах, рисунках, таблицах : учеб. пособие / П. С. Завьялов. – М. : ИНФРА-М, 2001. – 496 с. **8.** Котлер Ф. Маркетинговий менеджмент : підручник / Ф. Котлер, К. Л. Келлер, А. Ф. Павленко та ін. – Київ : Вид-во «Хімджест», 2008. – 720 с. **9.** Офіційний сайт Всеукраїнської рекламної коаліції [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.adcoalition.org.ua. **10.** Про рекламу [Електронний ресурс] : Закон України від 03.07.1996 № 271/96-ВР. – Режим доступу : http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/270/96-%D0%B2%D1%80.

ОБЩАЯ СИСТЕМА НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ ДЛЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ В УКРАИНЕ

УДК 336.225.6

Радченко Т. О.

Студент 2 курса
факультета учета и аудита ХНЭУ им. С. Кузнеца

Аннотация. *Рассмотрены основные проблемы развития общей системы налогообложения, а также ее эффективность для предпринимателей в Украине. Проанализированы преимущества и недостатки данной системы по сравнению с упрощенной системой в данной экономической ситуации и предусмотренными нормативно-правовыми актами в Украине.*

Ключевые слова: *общая система, система налогообложения, физические лица-предприниматели, налоги.*

Анотація. *Розглянуто основні проблеми розвитку загальної системи оподаткування, а також її ефективність для підприємців в Україні. Проаналізовано переваги і недоліки цієї системи порівняно зі спрощеною системою у певній економічній ситуації і передбаченими нормативно-правовими актами в Україні.*

Ключові слова: *загальна система. система оподаткування, фізичні особи-підприємці, податки.*

Annotation. *The article discusses the main problems of the common system of taxation, as well as its effectiveness for entrepreneurs in Ukraine. The advantages and disadvantages of this system compared with a simplified system in this economic situation and provided for by regulations in Ukraine.*

Keywords: *the overall system, taxation, individual entrepreneurs, taxes.*

В наше время налоги и система налогообложения – это не только источник бюджетных поступлений, но и важнейшие структурные элементы экономики рыночного типа. Очевидно, что без формирования рациональной налоговой системы, не такой, чтобы давила на предпринимательскую деятельность, а позволяла проводить эффективную бюджетную политику, невозможно полноценное превращение экономики Украины. Поэтому данная статья является актуальной, так как рост предпринимательской деятельности зависит от ее эффективности.

Целью статьи является изучение преимуществ и недостатков общей системы налогообложения физических лиц-предпринимателей в Украине и выявление ее отличий от упрощённой системы.

Задачами исследования является рассмотрение преимуществ и недостатков общей системы налогообложения в Украине.

Объектом исследования выступает общая система налогообложения.

Предметом является оценка целесообразности использования общей системы налогообложения физическими лицами-предпринимателями.

На данном этапе развития нашего государства широко распространена предпринимательская деятельность. Каждый предприниматель может выбрать для себя ту или иную систему налогообложения, на которой ему непосредственно удобнее работать.

Система налогообложения – это совокупность налогов, уплачиваемых в бюджет и государственные целевые фонды в установленном законами Украины порядке, а также права, обязанности и ответственность плательщиков [1].

В настоящее время Налоговым Кодексом Украины предусмотрено два способа налогообложения для физических лиц, осуществляющих предпринимательскую деятельность в Украине. Это общая система налогообложения и упрощенная система налогообложения [2].

Общая система налогообложения может использоваться хозяйствующими субъектами любых организационных форм в добровольном порядке.

Преимущества общей системы налогообложения для предпринимателя в том, что он может выбрать любой вид деятельности, в отличие от упрощенной системы. Годовой оборот предпринимателя на общей системе налогообложения не ограничен предельной суммой, количество наемных работников также не ограничено. Но на этом все преимущества перед упрощенной системой налогообложения заканчиваются. Так же, как и на упрощённой системе, предпринимателю на общей системе налогообложения необходимо будет получить лицензию на те виды деятельности в Украине, которые лицензируются.

Кроме этого, усложняется учет и отчетность на общей системе налогообложения. Предприниматель на общей системе налогообложения обязан применять при расчетах за товары или услуги регистраторы расчетных

© Радченко Т. О., 2015

операций (кассовые аппараты) или расчетно-кассовые книги. Необходимо подавать отчетность по применению кассовых аппаратов. С 1 января 2014 г. эти кассовые аппараты были подсоединены к сети Интернет, чтобы отправлять отчетность в налоговую администрацию электронной почтой. При ведении торговли товарами необходимо приобрести торговый патент.

Учет доходов и расходов предпринимателя на общей системе налогообложения ведется в Книге учета доходов и расходов предпринимателя, что является недостатком данной системы.

Налогообложение доходов предпринимателя на общей системе налогообложения регламентируется Налоговым Кодексом Украины [5].

Объектом налогообложения является чистый налогооблагаемый доход, то есть разница между общим налогооблагаемым доходом (выручка в денежной и не денежной формах) и документально подтвержденными расходами, связанными с хозяйственной деятельностью такого физического лица – предпринимателя [3].

Чистый доход облагается по налоговой ставке в 15 %, а 17 % применяется к той части дохода, которая превышает десятикратный размер минимальной заработной платы, установленной на 1 января отчетного года [5].

Если такой предприниматель зарегистрирован плательщиком НДС, то в его доходы и расходы не включаются суммы налога на добавленную стоимость, входящие в стоимость проданных и приобретенных товаров [5].

Расходы необходимо подтверждать документально, что также часто проблематично.

К перечню расходов, непосредственно связанных с получением доходов, относятся документально подтвержденные расходы, которые включаются в расходы операционной деятельности субъекта хозяйствования согласно разд. III о налоге на прибыль Налогового кодекса.

Состав расходов операционной деятельности определяется НК Украины. Это расходы, связанные с себестоимостью товаров, продукции, услуг, выполненных работ, административные затраты, суммы налогов и сборов и т. д.

Предприниматель на общей системе налогообложения обязан за себя уплачивать авансовые платежи по налогу на доход и по единому социальному взносу (ЕСВ). Сроки уплаты – до 15 марта, до 15 мая, до 15 августа, до 15 ноября. Для вновь зарегистрированного предпринимателя эти суммы рассчитываются из ожидаемого годового дохода, что, конечно, сложно спрогнозировать. Уже работающие предприниматели уплачивают авансовые платежи, рассчитанные из суммы дохода за предыдущий год [4].

Предприниматель может уменьшить сумму авансовых платежей. В случае уменьшения суммы полученного дохода за предыдущий календарный квартал текущего года более чем на 20 % по сравнению с расчетной ожидаемой суммой дохода на такой квартал налогоплательщик вправе уменьшить сумму авансового платежа, подлежащего уплате в следующий срок, установленный настоящим подпунктом, пропорционально уменьшению суммы указанного дохода. Для такого уменьшения суммы авансового платежа физическим лицом – предпринимателем до наступления срока уплаты такого авансового платежа в орган государственной налоговой службы подается заявление в произвольной форме, содержащий расчет уменьшения суммы авансового платежа и краткое объяснение обстоятельств, приведших к уменьшению суммы полученного дохода [5].

Если сумма ЕСВ меньше минимального взноса, установленного за месяц, то необходимо произвести доплату до суммы минимального страхового взноса в месяц.

Отчитываются по налогу на доход предприниматели на общей системе налогообложения раз в год – до 10 февраля, в том числе и иностранцы, зарегистрированные предпринимателями в Украине. Окончательный расчет налога на доходы физических лиц за отчетный налоговый год осуществляется плательщиком самостоятельно согласно данным, указанным в годовой налоговой декларации, с учетом уплаченного им в течение года налога на доходы физических лиц и сбора за осуществление некоторых видов предпринимательской деятельности на основании документального подтверждения факта их уплаты.

Чрезмерно уплаченные суммы налога подлежат зачислению в счет будущих платежей по этому налогу или возврату налогоплательщику в порядке, предусмотренном настоящим Кодексом [5].

В случае если физическое лицо – предприниматель получает другие доходы, чем от осуществления предпринимательской деятельности, в рамках выбранных им видов такой деятельности, такие доходы облагаются налогом по общим правилам, установленным настоящим Кодексом для налогоплательщиков – физических лиц [5].

При наличии наемных работников у предпринимателя он обязан начислять и удерживать из заработной платы работников налог на доход и ЕСВ, а также отчитываться по этим суммам в установленной форме в налоговую администрацию и в пенсионный фонд.

Рассмотрев все преимущества и недостатки общей системы налогообложения, можно сделать вывод, что если физическое лицо – предприниматель желает вести бухгалтерию без определенных ограничений, то данная система является более предпочтительной, нежели упрощенная система.

Научный руководитель – канд. экон. наук, доцент Часовникова Ю. С.

Литература: 1. Бабін І. І. Податкове право України : навч. посіб. / І. І. Бабін. – Чернівці : Чернівец. нац. ун-т, 2012 . – 504 с. **2.** Брижань І. А. Реформування системи оподаткування суб'єктів малого підприємництва як один із заходів державної підтримки їх розвитку / І. А. Брижань, О. О. Олійник // Економіка і регіони. – 2009. – № 2. – С. 3–6. **3.** Дєєва Н. М. Оподаткування в Україні : навч. посіб. / Н. М Дєєва, Н. І. Редіна, Т. О Дулік ; за ред. Н. І. Редіної. – Київ : Центр учб. літ., 2009. – 544 с. **4.** Про внесення змін до Податкового кодексу України щодо удосконалення деяких податкових норм [Электронный ресурс] : Закон України від 24.05.2012 № 4834-IV. – Режим доступа : http://zakon4.rada.gov.ua/l aws/show/4834-17. **5.** Податковий кодекс України [Электронный ресурс] : Закон України від 02.12.2010 № 2755-VI. – Режим доступа : http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2755-17.

СТРАХОВАНИЕ ГРАЖДАНСКОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ ВЛАДЕЛЬЦЕВ ТРАНСПОРТНЫХ СРЕДСТВ: ВИДЫ, СТАВКИ, ДОКУМЕНТАЛЬНОЕ ОФОРМЛЕНИЕ, УЧЕТ

УДК 368.2

Радченко Т. О.

Студент 3 курса
факультета учета и аудита ХНЭУ им. С. Кузнеца

Аннотация. *Рассмотрено страхование гражданской ответственности владельцев наземных транспортных средств в Украине, его особенности и необходимость. Исследованы ставки для заключения страхового договора, лимиты выплат за нанесенный ущерб. Также показано, как в учете предприятия отражаются расходы на оплату страхового полиса. Рассмотрен международный договор страхования автогражданской ответственности «Зеленая карта».*

Ключевые слова: *транспортное средство, владельцы транспортных средств, страхование транспортных средств, страховой полис, бухгалтерский учет, налоговый учет, «зеленая карта».*

Анотація. *Розглянуто страхування цивільної відповідальності власників наземних транспортних засобів в Україні, його особливості та необхідність. Досліджено ставки для укладення страхового договору, ліміти виплат за завдані збитки. Також показано, як в обліку підприємства відображається витрати на оплату страхового поліса. Розглянуто міжнародний договір страхування автоцивільної відповідальності «Зелена карта».*

Ключові слова: *транспортний засіб, власники транспортних засобів, страхування транспортних засобів, страховий поліс, бухгалтерський облік, податковий облік, «зелена карта».*

Annotation. *This article deals with liability insurance of owners of vehicles in Ukraine, its features and the need. Studied rates for the conclusion of the insurance contract, limits payments for damages. We also show how the company is reflected in the accounting costs for an insurance policy. Considered an international treaty motor insurance «Green Card».*

Keywords: *vehicle, vehicle owners, vehicle insurance, insurance, accounting, tax accounting, «green card».*

Целью работы является комплексное исследование проблем становления действенного механизма правового регулирования обязательного страхования гражданской ответственности владельцев транспортных средств.

Объектом исследования выступают общественные отношения, возникающие в сфере правового регулирования различных аспектов обязательного страхования гражданской ответственности владельцев транспортных средств.

Предмет исследования составляют действующие нормативно закрепленные особенности правового регулирования обязательного страхования гражданской ответственности владельцев транспортных средств; соответству-

© Радченко Т. О., 2015

ющие правоотношения, складывающиеся между субъектами гражданско-правовых отношений при заключении, исполнении и прекращении ими договоров страхования рассматриваемого вида гражданской ответственности.

Страхование транспортных средств – это вид страхования, где объектом выступают механизированные и другие транспортные средства. В зависимости от вида пути транспортное страхование подразделяется на наземное, речное, морское и воздушное.

В статье более детально рассмотрен наземный вид транспорта.

Наземный транспорт как объект повышенной опасности содержит риск окружающей среде, особенно жизни и здоровью людей, а одновременно сам достаточно часто и легко становится объектом повреждения.

Страхование транспортных средств называется каско, а страхование грузов – карго.

Страхование гражданской ответственности владельцев транспортных средств в большинстве стран мира относится к обязательным видам страхования. Согласно Закону Украины «О страховании» от 07.03.1996 № 85/96-ВР (с изменениями и дополнениями) страхование гражданской ответственности владельцев транспортных средств также внесено в перечень обязательных видов, которые подлежат страхованию [1].

Целью страхования гражданской ответственности владельцев транспортных средств – предоставление финансовых гарантий возмещения убытков страхователя – владельца транспортного средства, возникших вследствие обязанности компенсировать ущерб, причиненный страхователем третьему лицу.

Автотранспорт – самый опасный и наиболее аварийный вид транспорта. Автотранспортные аварии влекут за собой много последствий, а именно: повреждение транспорта, зданий, сооружений и т.п., также гибель людей. Статистически подтверждено, что показатель тяжести последствий автотранспортных аварий (количество погибших на 100 пострадавших) в Украине составляет 11,6, тогда как в других странах Европы этот показатель равен 5,5. Кроме того, в нашей стране происходит более 12340 автоаварий, которые влекут за собой материальные повреждения транспортных средств, дорожных сооружений, зданий и т.п., а следовательно, огромные материальные и моральные убытки [1].

Закон Украины «О страховании» от 07.03.1996 № 85/96-ВР принят для обеспечения возмещения причиненного ущерба здоровью, жизни, или / и имуществу лиц, пострадавших в ДТП, а также защиты их интересов. Этот вид страхования возмещает убытки не страхователя, а потерпевшего лица. Обязанность по такому полису (сертификату) возложена на владельцев транспортных средств – юридических и физических лиц, которые в соответствии с законами Украины являются собственниками или законными владельцами (пользователями) транспортных средств на основании права собственности, хозяйственного ведения на основе договора аренды или правомерно эксплуатируют транспортное средство на других законных основаниях [1].

Пользование транспортным средством, не имея при этом полиса обязательного страхования, на территории Украины запрещено.

Если у владельца транспортного средства отсутствует такой полис, предусмотрено применение административного наказания в виде штрафа в размере от 425 до 800 грн. Когда владелец транспортного средства заключает договор о страховании, он должен знать, что для заключения договора страхователь может выбирать страховщика, страховую компанию; такой договор заключается сроком на один год. Заключение договоров менее одного года, но более 15 дней допускается только в отношении транспортных средств: незарегистрированных – на время их регистрации, временно зарегистрированных – на время до их постоянной регистрации, зарегистрированных в других странах – на время их пребывания в Украине.

По договору существуют обязательные лимиты ответственности, а именно: за ущерб, нанесенный имуществу потерпевших, – 50 тыс. грн. на одного потерпевшего; за ущерб, нанесенный жизни и здоровью, – 100 тыс. грн на одного потерпевшего. Потерпевшим – юридическим лицам возмещается только ущерб, причиненный имуществу [1].

Согласно Правилам дорожного движения Украины инвалиды – владельцы транспортных средств с соответствующими опознавательными знаками «инвалид» (когда они лично управляют своим автомобилем) – не заключают со страховщиками (страховыми организациями) договор обязательного страхования гражданской ответственности владельцев транспортных средств, а считаются застрахованными Моторным (транспортным) страховым бюро, возмещают ущерб, причиненный ими третьим лицам на условиях, определенных положением. Страховой полис при этом не выдается. Другие водители, эксплуатирующие такое транспортное средство, обязаны заключить договор обязательного страхования гражданской ответственности на общих основаниях.

При наступлении страхового случая страховая компания имеет право выплачивать страховое возмещение непосредственно потерпевшему или, по согласованию с ним, лицам, которые предоставляют услуги по ремонту поврежденного имущества или другие услуги, связанные с возмещением убытков.

Страховым случаем называется наступление гражданской ответственности страхователя либо иных лиц, риск ответственности которых застрахован по договору обязательного страхования, за причинение вреда жизни, здоровью или имуществу потерпевших с участием транспортного средства, которое влечет за собой обязанность страховщика произвести страховую выплату.

Все это предусмотрено Законом Украины «О страховании» от 07.03.1996 № 85/96-ВР (с изменениями и дополнениями). Выплата страхового возмещения третьему лицу осуществляется страховщиком на основании документов, подтверждающих размер ущерба, в течение 15 рабочих дней со дня получения страховщиком необходимых документов, кроме случаев, когда споры, связанные с выплатой страхового возмещения, рассматриваются в судебном порядке [1].

За вред, причиненный здоровью третьего лица вследствие ДТП, страховщик (страховая организация) осуществляет выплату страхового возмещения в пределах страховой суммы в случае: гибели при ДТП или смерти в результате этого происшествия родственнику третьего лица – в размере страховой суммы; установления третьему лицу инвалидности I группы – в размере 100 % страховой суммы, II группы – 80 %, III группы – 60 % этой суммы; временной потери третьим лицом трудоспособности за каждые сутки в размере 0,2 %, но не более 50 % страховой суммы [1].

В бухгалтерском учете расходы на оплату страхового полиса отражаются на счете 39 «Расходы будущих периодов». Затем списываются на расходы текущих периодов, а именно на счета 23 «Производство», 91 «Общепроизводственные расходы», 92 «Административные расходы», 93 «Расходы на сбыт» в зависимости от направления использования транспортного средства. Если страховой договор транспортного средства приходится на один отчетный период, то в таком случае страховые затраты по этому договору включаются сразу в расходы этого отчетного периода. Учет расходов по обязательному страхованию гражданско-правовой ответственности владельцев или страхование прочих рисков предприятия транспортных средств ведется на субсчете 657 «Страхование рисков».

В налоговом учете предусмотрено, что расходы на обязательное страхование гражданско-правовой ответственности по автомобилям, являющимся собственностью налогоплательщика, включаются в состав расходов соответствующего направления (общепроизводственных, административных, др.) в пределах обычной цены страхового тарифа.

Благодаря внедрению обязательного страхования владельцев транспортных средств Украина присоединилась к международной системе страхования ответственности автовладельцев «Зеленая карта», которая функционирует с 1 января 1953 года.

Зеленая карта (англ. Green Card) – международный договор страхования гражданской ответственности, а также соглашение о взаимном признании странами-членами Соглашения страхового полиса по страхованию ответственности владельцев средств автотранспорта.

Основной задачей этой системы является создание эффективной защиты пострадавших в дорожно-транспортных происшествиях с участием автовладельцев – нерезидентов страны, в которой произошло такое происшествие. Такая система должна прежде всего ввести механизм гарантированных выплат компенсаций пострадавшим по вине автовладельцев других стран. Это обеспечивается выполнением определенных условий странами – членами системы «Зеленая карта».

Убытки в странах – членах системы «Зеленая карта» регулируются, как правило, через уполномоченную национальную организацию (моторное страховое бюро), которое переадресовывает материальные претензии, предъявляемые к автовладельцу – резиденту другой страны на соответствующее моторное страховое бюро этой страны. При этом первое моторное страховое бюро рассматривается как бюро – регулятор убытков, а второе – плательщик.

Отношения между моторными страховыми бюро стран – членов системы «Зеленая карта» регулируются двусторонними соглашениями, которые заключаются по унифицированной форме [5]. Если автовладелец является резидентом страны – членом системы «Зеленая карта», он беспрепятственно может проезжать по территории всех стран – членов этой системы без заключения дополнительного договора обязательного страхования на условиях посещения страны.

Функционирование этой международной системы доказало ее эффективность, прежде всего, как механизма защиты пострадавших от транспортных средств, задействованных в международных сообщениях.

Таким образом, можно сказать, что количество ДТП в Украине больше, чем в других странах, несмотря на то, что Закон Украины [1] является обязательным и действующим. Можно сделать вывод, что разработка и усовершенствование государственных механизмов регулирования обязательных видов страхования, таких как страхование владельцев транспортных средств, государство Украины должно проводить на базе опыта развитых стран мира. Следует отметить, что одним из важных аспектов данного вида страхования является то, что страхование гражданско-правовой ответственности владельцев наземных транспортных средств может сохранить жизнь человека. Именно поэтому этот вид страхования требует постоянных нововведений.

Научный руководитель – канд. экон. наук, доцент Пасенко Н. С.

Литература: 1. Про страхування [Электронный ресурс] : Закон України від 07.03.1996 № 85/96-ВР. – Режим доступа : http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/85/96. **2.** Податковий кодекс України [Електронний ресурс] : Закон України від 02.12.2010 № 2755-VI. – Режим доступу : http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2755-17 . **3.** Официальный сайт страховой компании "Княжа" [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://kniazha.com.ua/ua/info/that_to_do/civilprav.

ФОРМУВАННЯ АНТИКРИЗОВОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА

УДК 005.334:005.21

Рохліна Г. І.

Магістрант 2 року навчання
факультету економіки і права ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Розглянуто сутність антикризової стратегії, її важливість для підприємства, основні етапи її формування. Проведено дослідження щодо ефективності аналізу на кожному етапі формування стратегії. Також було розглянуто основні напрямки діяльності антикризової стратегії, такі як зменшення витрат, ліквідація деяких відділів, скорочення обсягів виробництва, залучення додаткових ресурсів.*

Ключові слова: *стратегія, антикризова стратегія, криза, етапи, аналіз, середовище.*

Аннотация. *Рассмотрена сущность антикризисной стратегии, ее важность для предприятия, основные этапы ее формирования. Проведено исследование эффективности анализа на каждом этапе формирования стратегии. Также автором были рассмотрены основные направления деятельности антикризисной стратегии, такие как уменьшение расходов, ликвидация некоторых отделов, сокращение объемов производства, привлечение дополнительных ресурсов.*

Ключевые слова: *стратегия, антикризисная стратегия, кризис, этапы, анализ, среда.*

Annotation. *The author of the article the essence of anti-crisis strategy, its importance to the company, the main stages of its formation. A study on the efficacy analysis at each stage of strategy formation. Also, the authors examined the main activities of anti-crisis strategy, such as cost reduction, elimination of some departments, the decline in production, attraction of additional resources.*

Keywords: *strategy, anti-crisis strategy, crisis, stages, analysis, environment.*

Актуальність теми. Під час функціонування кожної організації так чи інакше існує певна ймовірність настання кризи, виключити цю ймовірність повністю не під силу жодному підприємству. Ринкова економіка передбачає циклічність розвитку підприємств, звідси виникає ще одне ускладнення –можливість виникнення кризи на будь-якій стадії життєвого циклу компанії. Якщо невеликі кризи для організації легко вирішувані, то тривалі важкі кризи здатні легко довести компанію до банкрутства та ліквідації. Природно, прогнозування криз якоюсь мірою сприяє легшому проходженню підприємства через кризові та застійні явища, не втрачаючи своєї цілісності і економічної результативності, але це превентивні заходи, засновані найчастіше на не зовсім точних даних. Тому вирішальну роль в управлінні відіграє формування ефективної антикризової стратегії [4].

Питаннями, пов'язаними з розробкою антикризової стратегії, займалися вітчизняні та зарубіжні вчені, серед яких І. Прудіус [5], О. Колмакова [6], Б. Бродський [2], Н. Тюріна [3], П. Забелін [4], В. Чернишов [1] та ін. Незважаючи на велику кількість наукових праць, це питання потребує подальшої розробки та поглибленого дослідження. Ще й досі немає чіткого алгоритму формування антикризової стратегії, що ускладнює ефективне функціонування підприємства.

© Рохліна Г. І., 2015

Метою дослідження є визначення основних етапів формування антикризової стратегії, що дозволить керівництву підприємства прийняти ефективні антикризові рішення.

В умовах поглиблення кризових явищ антикризове управління підприємством займає провідне місце в системі державного регулювання ринкових відносин на федеральному, регіональному та місцевому рівнях. Для того щоб подолати кризовий стан і займати лідируючу позицію на ринку, необхідно велику увагу приділяти антикризовій діяльності, зокрема антикризовій стратегії.

Антикризові стратегії – це стратегії, що оптимізують поведінку підприємства в умовах спаду, стійкого зниження основних фінансових показників діяльності корпорації і загрози банкрутства. Вони включають комплекс заходів у галузі планування, управління персоналом, фінансів, взаємовідносин із групами підтримки, а також юридичних та інших заходів із метою забезпечити фірму від загрози банкрутства або істотного спаду та створити умови для повороту до оздоровлення корпорації [1].

Антикризова стратегія може включати різні напрямки діяльності: зменшення витрат, ліквідація деяких відділів, скорочення обсягів виробництва, залучення додаткових ресурсів тощо. Але в будь-якому випадку це комплекс заходів, що призводять до позитивного результату тільки у випадку грамотної реалізації обраної антикризової стратегії [3].

Здійснювати формування антикризової стратегії пропонується відповідно до розробленої нами схеми, що наведено на рис 1.

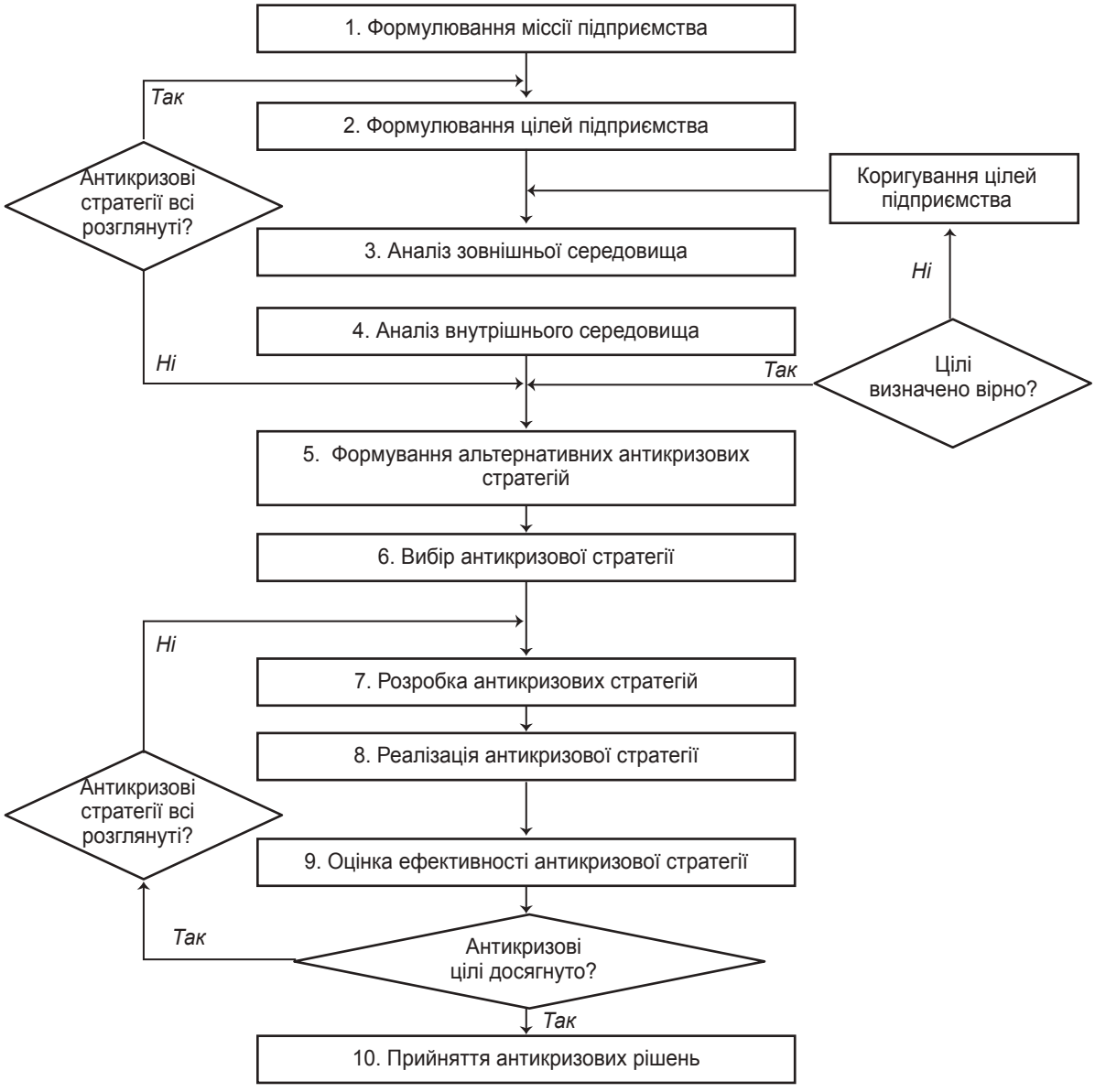


Рис. 1. **Етапи формування антикризової стратегії підприємства**

Перший етап формування антикризової стратегії – формулювання місії підприємства. Місія – це ділове поняття, що відображає призначення бізнесу, його основну мету. Місія деталізує статус підприємства і забезпечує орієнтири для вироблення цілей і стратегій на різних організаційних рівнях. Основні компоненти місії та їх зміст наведено в табл. 1 [4].

Таблиця 1

Зміст основних компонентів місії

Компоненти	Зміст
Продукти або послуги	Які продукти або послуги вироблені підприємством? Часто підприємства досягають ринкових переваг за рахунок інтеграції отримання переваг продукту з додатковими можливостями конкурентоспроможності, такими як володіння більшою часткою ринку, розвиненою дистриб'юторською мережею або позитивним іміджем
Категорії цільових споживачів	Хто є цільовими споживачами підприємства? Діяльність підприємства може бути орієнтована на урядові агентства, індустріальних споживачів, вузький прошарок населення з високими доходами або населення в цілому
Технологія	Орієнтується підприємство на використання новітніх або традиційних технологій?
Конкурентні переваги	У чому полягають відмітні особливості та стратегічні переваги підприємства порівняно з конкурентами? Такі переваги можуть полягати в унікальному продукті, технології, репутації серед споживачів або територіальному розташуванні
Філософія	Які найважливіші цінності, прагнення та етичні принципи підприємства? Філософія підприємства може виявлятися, наприклад, у тому, чи висуває вона на перший план інтереси своїх службовців або клієнтів тощо

На *другому етапі* проводиться формулювання цілей підприємства. Мета – це кінцевий стан, бажаний результат якого прагне досягти будь-яка організація [2]. Довгострокові цілі визначають стратегічний намір підприємства зайняти певне місце в бізнесі. Визначення загальних довгострокових цілей потрібно для кожного ключового результату, який менеджери вважають важливим для досягнення успіху та створення відповідних конкурентних переваг організації. Виділяють сім ключових просторів, у рамках яких підприємство визначає довгострокові цілі: становище на ринку, інновації, маркетинг, виробництво, фінанси, управління персоналом, менеджмент. Цілі підприємства повинні володіти рядом характеристик: конкретність і вимірність; горизонт планування; досяжність; несперечливість.

Третій етап формування антикризової стратегії спрямований на проведення аналізу зовнішнього середовища, за допомогою якого розробники стратегічного плану контролюють зовнішні стосовно організації чинники, щоб визначити можливості і загрози для фірми. Аналіз зовнішнього середовища включає вивчення впливу економіки, правового регулювання і управління, політичних процесів, природного середовища і ресурсів, соціальної і культурної складових суспільства, науково-технічний і технологічний розвиток суспільства, інфраструктури тощо. Аналіз зовнішнього середовища допомагає отримати важливі результати. Загрози і можливості, з якими стикається організація, зазвичай можна виділити у сім областей. Цими областями є економіка, політика, ринок, технологія, правове регулювання, міжнародне становище і соціальна поведінка.

Четвертий етап полягає у здійсненні аналізу внутрішнього середовища підприємства. Внутрішнє середовище організації – це така частина загального оточення, що знаходиться в рамках організації [3]. Воно здійснює постійний і безпосередній вплив на ефективність діяльності організації. Внутрішнє середовище має декілька зрізів, кожен із яких включає набір основних дій та елементів, стан яких необхідно визначати, для того щоб визначати потенціал і можливості організації:

1. Кадровий зріз охоплює такі процеси, як: взаємодія менеджерів і робітників; наймання; навчання і просування кадрів; оцінку результатів праці; мотивацію і стимулювання праці; створення атмосфери у колективі.

2. Організаційний зріз включає: комунікаційні процеси; організаційну побудову підприємства або фірми; норми, правила і процедури виробничого процесу; розподіл прав і відповідальності; ієрархію підпорядкування.

3. До виробничого зрізу входять: виготовлення продукції, постачання і ведення складського господарства; обслуговування технологічного обладнання; здійснення досліджень і розробок.

4. Маркетинговий зріз охоплює ті процеси, які пов'язані з реалізацією продукції: стратегію продукції та ціноутворення; стратегію просування продукції на ринку; вибір ринків збуту і системи розпродажі.

5. Фінансовий зріз охоплює процеси, пов'язані із забезпеченням ефективного використання і руху грошових коштів: підтримку ліквідності, забезпечення прибутковості.

Після перших чотирьох етапів необхідно перевірити, чи всі цілі були поставлені вірно. Якщо так, то можна переходити на п'ятий етап, якщо ні, то необхідно зробити коригування цілей підприємства, потім знов повернутися на етап аналізу зовнішнього середовища.

На *п'ятому етапі* відбувається формування альтернативних антикризових стратегій, що допоможе сформувати найбільш повний набір стратегій, який дозволить на наступному етапі вибрати найбільш оптимальну й ефективну стратегію. Вибір антикризових заходів залежить від ряду критеріїв. Підприємства, які перебувають у стані кризи, вибирають стратегії відновлення або стратегії виходу. Якщо є можливість подолати кризу, то підприємства вибирають відновлювальні стратегії, що включають стратегії стабілізації та стратегії трансформації. Стратегії стабілізації включають, по-перше, стратегію зниження витрат, по-друге, стратегію скорочення активів, по-третє, стратегію створення доходів. Стратегії трансформації припускають значні зміни в діяльності підприємства. В умовах загрози банкрутства підприємство використовує стратегії виходу, щоб мінімізувати збиток. Вихід може бути швидким (стратегія ліквідації) або поступовим (стратегія "збору врожаю"). При наближенні до кризи підприємства використовують: стратегії наступу, стратегії оборони, стратегії виходу.

Шостий етап передбачає вибір стратегії. На цьому етапі обирають один варіант стратегії з усіх варіантів, що були розглянуті. Стратегію необхідно обирати за такими критеріями: послідовність, узгодженість (придатність), здійсненність, прийнятність, фінансово доступна.

Сьомий етап спрямований на розробку антикризової стратегії. На підприємстві маркетологи і економісти повинні розробити стратегію, потім вони віддають свої розробки керівництву. Якщо керівництво підприємства схвалює цю стратегію, тоді керівництво вносить зміни в роботу безпосередньо тих відділів, яких це стосується.

На *восьмому етапі* проводиться реалізація антикризової стратегії. Реалізація стратегії включає вибір правильної комбінації структури і контролю реалізації стратегії компанії. У загальному випадку контроль необхідний, так як хоча структура управління призначає виконавцям ролі і завдання, вона не забезпечує їх мотивацію. Таким чином, завдання реалізації стратегії зводиться до розробки системи управління та контролю фірми, які можуть забезпечити реалізацію тієї стратегії, яка обрана фірмою [5].

Дев'ятий етап розробки антикризової стратегії передбачає оцінку ефективності антикризової стратегії. Оцінюючи ефективність антикризової стратегії, необхідно проводити аналіз фінансового стану підприємства. Основна мета аналізу фінансового стану – це не тільки оцінка поточного стану підприємства, але і відстеження тих чи інших тенденцій у зміні основних фінансових показників, виявлення слабких позицій, проведення цілеспрямованої роботи на поліпшення цих показників. Також необхідно простежити динаміку та структуру змін фінансового стану підприємства за допомогою оцінки зміни основних фінансових показників. Важливе місце під час аналізу фінансового стану займає: вивчення структури того чи іншого показника; характеристика динаміки показника; оцінка та дослідження факторів, що впливають на зміни основних показників, їх склад і динаміку зміни. Методика аналізу фінансового стану включає такі блоки аналізу: загальна оцінка фінансового стану і його зміни за звітний період; аналіз фінансової стійкості підприємства; аналіз ліквідності балансу, аналіз ділової активності та платоспроможності підприємства. Оцінка фінансового стану і його зміни за звітний період з порівняльного аналітичного балансу, а також аналіз показників фінансової стійкості складають вихідний пункт, з якого повинен логічно розвиватися заключний блок аналізу фінансового стану [5].

Аналіз ліквідності балансу повинен оцінювати поточну платоспроможність і давати висновок про можливість збереження фінансової рівноваги та платоспроможності в майбутньому. Порівняльний аналітичний баланс та показники фінансової стійкості відображають сутність фінансового стану. Ліквідність балансу характеризує зовнішні прояви фінансового стану, які обумовлені його сутністю. У фінансовому аналізі широко використовуються формалізовані критерії, тобто коефіцієнти і показники, що розраховуються за певними формулами. Отримані значення аналізуються як за абсолютною величиною, так і в динаміці. Потім вони порівнюються з нормативними коефіцієнтами (еталонами), даними за минулі періоди, середньостатистичними показниками по галузі або групі подібних підприємств.

Після того як проведена оцінка на ефективність антикризової стратегії, необхідно відповісти на питання, чи всі антикризові цілі досягнуто, якщо так, то необхідно переходити на останній етап – на етап прийняття антикризового рішення. Якщо антикризові цілі не всі досягнуто, то необхідно з'ясувати, чи всі антикризові стратегії розглянуто, якщо так – тоді необхідно повернутися на етап формування цілей підприємства, якщо ні – тоді повернемося на етап формування альтернативних антикризових стратегій.

Десятий етап спрямований на остаточне прийняття антикризових рішень.

Отже, провівши аналіз, видно, що від антикризової діяльності, зокрема від антикризової стратегії, залежить майбутнє підприємства. У цій статті було розроблено і докладно описано етапи формування антикризової стратегії підприємства. Визначення основних етапів формування антикризової стратегії є необхідним, тому що це дозволить керівництву підприємства зрозуміти, на якому саме етапі знаходяться основні проблеми. Як можна побачити по складеному алгоритму, антикризова стратегія складається із багатьох етапів. Особливістю цього алгоритму є комплексність та системність урахування усіх факторів. На кожному етапі потрібно ретельно та системно проводити аналіз, щоб вибрати вірну стратегію. Також етапи необхідно розглядати для того, щоб запобігти кризі або, якщо вона виникла, знати, як її подолати. Складений нами алгоритм універсальний, підходить для всіх типів під-

приємств і можливих ситуацій. Враховуючи все вищесказане, можна дійти висновку, що кожному підприємству необхідно час від часу проводити антикризову політику і впроваджувати антикризову стратегію.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Кулєшова Н. В.

Література: 1. Чернишов В. В. Сучасне розуміння поняття антикризового управління / В. В. Чернишов // Економіка розвитку. – 2011. – № 1. – С. 21–24. **2.** Бродский Б. Е. Антикризисное управление : учебник / Б. Е. Бродский, Е. П. Жаровская. – М. : Омега-Л, 2009. – 368 с. **3.** Тюріна Н. М. Антикризове управління : навч. посіб. / Н. М. Тюріна, Н. С. Карвацка, І. В. Грабовська. – Київ : Центр учб. літ., 2012. – 448 с. **4.** Забелин П. В. Основы стратегического управления : учеб. пособие / П. В. Забелин, Н. К Моисеева. – М. : Маркетинг, 2011. – 122 с. **5.** Колмакова О. М. Теоретичні аспекти прогнозування кризових явищ / О. М. Колмакова // Економіка розвитку. – 2011. – № 2. – С. 40–42. **6.** Штангрет А. М. Антикризове управління підприємством : навч. посіб. / А. М. Штангрет, О. І. Копилюк. – Київ : Знання, 2010. – 335 с.

МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ ЩОДО УДОСКОНАЛЕННЯ АНАЛІЗУ АКТИВІВ ПІДПРИЄМСТВА

УДК 65.01.005

Рощупкіна М. С.

Студент 4 курсу
факультету обліку і аудиту ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Розглянуто визначені різними авторами основні показники, які характеризують ефективність використання активів на підприємстві. Запропоновано застосування методу таксономічного аналізу для розрахунку інтегрального показника оцінки ефективності використання активів підприємства на прикладі СВК «Батьківщина».*

Ключові слова: *активи, управління активами, таксономічний показник розвитку, ефективність, коефіцієнти.*

Аннотация. *Рассмотрены определенные различными авторами основные показатели, характеризующие эффективность использования активов предприятия. Предложено применение метода таксономического анализа для расчета интегрального показателя оценки эффективности использования активов предприятия на примере СПК «Батькивщина».*

Ключевые слова: *активы, управление активами, таксономический показатель развития, эффективность, коэффициенты.*

Annotation. *The main indicators determined by various authors characterizing efficiency of use of assets of the enterprise are considered. Application of a method of the taxonomical analysis for calculation of an integrated indicator of an assessment of efficiency of use of assets of the enterprise on the example of APK "Bat'kivshina" is offered.*

Keywords: *assets, asset management, taxonomic measure of development, effectiveness, coefficients.*

З переходом підприємств на ринкові умови господарювання важливого значення набули стабільність фінансового стану підприємства і пошук шляхів його оздоровлення з метою створення нормальних умов його роботи.

Для здійснення своєї діяльності кожен суб'єкт господарювання повинен мати фінансові ресурси. Вони формуються за рахунок власних і прирівняних до них та позичених джерел. За рахунок цих джерел здійснюється фінансове забезпечення процесу кругообігу засобів підприємства. Успішність діяльності підприємства залежить

© Рощупкіна М. С., 2015

від ефективності використання його активів, які мають відповідати функціональній спрямованості та обсягам діяльності виробничого підприємства

Метою статті є удосконалення методичних підходів щодо аналізу ефективності використання активів підприємства.

Дослідженням активів займалися такі вчені, як Мних Є. В., Цал-Цалко Ю. С., Єршова Н. Ю., Олександренко І. В., Лисевич С. Г., Д'яченко К. О. Основна увага приділялася трактуванню поняття активів та визначення методик їх аналізу.

Для ефективного функціонування в умовах сучасної ринкової економіки підприємству необхідно кваліфіковане управління всім комплексом його ресурсів. При цьому, на думку деяких вчених-економістів, найбільш важливу роль відіграє вміння ефективно управляти активами підприємства, так як від управління активами залежить успішний розвиток виробництва, максимізація прибутку та зростання конкурентоспроможності підприємства.

Активи – ресурси, контрольовані підприємством у результаті минулих подій, використання яких, як очікується, приведе до отримання економічних вигод у майбутньому [1]

Цал-Цалко Ю. С. рекомендує проводити аналіз активів за такими коефіцієнтами, як коефіцієнт зносу, коефіцієнт оборотності оборотних активів, коефіцієнт придатності, коефіцієнт оновлення, коефіцієнт вибуття [4].

Мних Є. В. виділяє коефіцієнт зносу, коефіцієнт придатності, коефіцієнт оновлення, коефіцієнт вибуття, коефіцієнт ефективності використання активів (рентабельність активів) [2].

Лисевич С. Г. і Д'яченко К. О виділяють такі основні коефіцієнти, як коефіцієнт зносу, коефіцієнт придатності, рентабельність активів і коефіцієнт оборотності активів [7].

Основною метою системи управління оборотними коштами є підвищення ефективності їх використання та прискорення оборотності, тому в процесі аналізу формування і використання оборотних коштів слід розрахувати швидкості обороту оборотних активів; оцінити ефективність використання обігових коштів [6].

Аналіз активів підприємства доцільно проводити за допомогою таксономічного методу. Головною перевагою використання методу таксономії є здобуття інформації за наявності або відсутності однорідності в досліджуваній сукупності об'єктів.

Проведемо аналіз підприємства СВК «Батьківщина» за допомогою таксономічного методу. Для початку необхідно визначити елементи матриці спостережень. При цьому використаємо показники, які характеризують стан активів на підприємстві (табл. 1). Ця сукупність отриманих значень показників становитиме матрицю спостережень.

Таблиця 1

Показники аналізу активів підприємства СВК «Батьківщина»

Роки	Коефіцієнт зносу основних засобів	Коефіцієнт мобільності активів	Частка нематеріальних активів у майні	Коефіцієнт оборотності активів	Коефіцієнт майна виробничого призначення	Частка оборотних активів у майні	Фондовіддача	Період обороту активів
2009	0,3389	1,1516	0,0030	0,5123	0,6084	0,5352	1,3535	703
2010	0,3279	0,7846	0,0027	0,6216	0,5551	0,4396	1,5165	579
2011	0,3162	0,7708	0,0023	0,6378	0,5746	0,4353	1,4848	564
2012	0,3164	0,7138	0,0024	0,6084	0,5846	0,4165	1,3582	592
2013	0,3379	0,7863	0,0026	0,5542	0,7618	0,4402	1,1888	650

На другому етапі проводиться формування стандартизованої матриці спостережень. Це обумовлено тим, що елементи матриці спостережень виражаються у специфічних для кожної ознаки (темпи – у відсотках, коефіцієнти – в одиницях). Для цього використовують формулу (1):

$$x_{st} = \frac{X - \overline{X}}{\sigma}, \quad (1)$$

де x_{st} – стандартизоване значення показника;

X – значення показника;

$\overline{X}$ – середнє значення фактора;

σ – стандартне відхилення по фактору.

Третім етапом є диференціація ознак матриці спостережень. Підставою поділу ознак на дві групи (стимулятор / дестимулятор) служить характер впливу кожного з них на рівень ефективності використання активів. На основі виділених груп визначають еталонне значення за таким принципом: якщо цей показник відноситься до групи стимуляторів, то значення еталона відповідає максимальному серед стандартизованих значень цього показника

і навпаки. До стимуляторів можна віднести коефіцієнт мобільності активів, частка нематеріальних активів у майні, коефіцієнт оборотність активів, коефіцієнт майна виробничого призначення, частка оборотних активів у майні, фондовіддача, а до дестимуляторів – коефіцієнт зносу оборотних активів та період обороту активів.

Четвертим етапом є побудова вектора-еталона. Для цього із значень ознак матриці необхідно обрати найбільші значення стимуляторів та найменші значення дестимуляторів за весь досліджуваний період відповідно. Для підприємства СВК «Батьківщина» вектор еталон набуватиме такого вигляду: P_0 = (–1,1363; 1,9716; 1,7111; 1,0914; 1,9459; 1,9569; 1,1732; м-1,0314).

П'ятим етапом розрахунку ефективності використання активів є визначення відстані між окремими спостереженнями і вектором-еталоном. Ця відстань розраховується за формулою (2):

$$R_j = \sqrt{(1-x_{1j})^2 + (1-x_{2j})^2 + ... + (1-x_{nj})^2}, \quad (2)$$

де R_j – відстані від значення *i*-го показника до значення відповідного показника вектора-еталона *j*-го року;

$x_{1e}, x_{2e}, ..., x_{ne}$ – показники ефективності діяльності вектора-еталона *j*-го аналізованого року.

Шостим етапом є розрахунок таксономічного показника.

Таксономічний показник змінюється в межах від 0 до 1, його інтерпретація така: він приймає високі значення за великих значень стимуляторів і низькі значення – за малих значень стимуляторів. Побудований таким чином таксономічний показник синтетично характеризує зміну значень ознак досліджуваних показників ефективності використання активів в аналізованому періоді. Для визначення таксономічного показника розвитку необхідно розрахувати середнє значення відстаней між значенням спостереження та вектором-еталона, середнє квадратичне відхилення та відстань між значенням спостереження та еталоном.

Таксономічний показник ефективності використання активів розраховується за формулою:

$$K_i = 1 - \frac{d_{ij}}{d}, \quad (3)$$

де $d = d_{cp} + 2\sigma_0$ – сума середнього арифметичного значення евклідових відстаней та середньоквадратичне відхилення значення евклідових відстаней між об'єктом і еталоном;

$d_{cp} = x = \frac{\sum_{k=1}^{m} d_{ij}}{n}$ – середнє арифметичне значення евклідових відстаней;

$\sigma_0 = \sqrt{\frac{\sum_{i=1}^{n} (d_{ij} - d_{cp})^2}{n}}$ – середньоквадратичне відхилення значення евклідових відстаней між об'єктом і еталоном.

В табл. 2 показано значення показників при визначенні коефіцієнта таксономії, а також розраховано цей коефіцієнт.

Таблиця 2

Значення показників при визначенні показника таксономії

Період	Евклідова відстань	Середнє значення відстаней	Середнє квадратичне відхилення	Таксономічний показник розвитку
2009	5,092	5,216	0,429	0,162
2010	4,657			0,233
2011	5,045			0,169
2012	5,558			0,085
2013	5,728			0,057

Побудований таксономічний показник синтетично характеризує зміни значень ознак досліджуваних груп показників. Можна зазначити, що показник таксономії на підприємстві СВК "Батьківщина" був нестабільним протягом аналізованих періодів. Як видно, показник таксономії був найвищим у 2010 р., що свідчить про найефективніше використання активів у цьому році. Проте за період 2011–2013 рр. відбувалася динаміка зниження цього показника Це свідчить про зниження ефективності використання активів, тому для запобігання подальшому зниженню існує потреба в розробці ефективних управлінських рішень у використанні активів підприємства.

Для визначення прогнозу ефективності використання активів у 2014 р. припустимо, що в 2014 р. коефіцієнт зносу основних засобів, частка оборотних активів у майні, рентабельність активів, фондовіддача знизяться на 2 %, коефіцієнт придатності основних засобів, коефіцієнт оборотність активів, реальна вартість майна, фондомісткість

збільшиться на 2 %, то таксономічний показник розвитку становитиме 0,328, що на 0,271 більше порівняно з 2013 р. Це свідчить, що за заданих умов функціонування ефективність використання активів збільшиться.

У цій статті було розглянуто наявні методики аналізу активів підприємства, з метою його вдосконалення запропоновано використання таксономічного методу.

Науковий керівник – канд. екон. наук, професор Петряєва З. Ф.

Література: 1. Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності» [Електронний ресурс] – Режим доступу : http://buhgalter 911.com/Res /NPSBO/NPSBO1.aspx. **2.** Мних Є. В. Економічний аналіз : підручник / Є. В. Мних. – Київ : Центр навч. літ., 2005. – 412 с. **3.** Плюта В. Сравнительный многомерный анализ в экономических исследованиях. Методы таксономии и факторного анализа / В. Плюта. – М. : Статистика. – 1980. – 151 с. **4.** Цал-Цалко Ю. С. Фінансовий аналіз / Ю. С. Цал-Цалко. – Київ : Цетр учб. літ., 2008. – 566 с. **5.** Єршова Н. Ю. Удосконалення методичного підходу до аналізу оборотних коштів як фактора ефективності діяльності промислового підприємства [Електронний ресурс] / Н. Ю. Єршова // Актуальні проблеми управління. – 2012. – № 45. – Режим доступу : http://www.kpi.kharkov.ua/archive/Наукова_періодика/vestnik. **6.** Олександренко І. В. Методичні підходи до діагностики оборотних активів підприємства / І. В. Олександренко // Бізнес Інформ. – 2014. – № 2. – С. 277–283. **7.** Лисевич С. Г. Оцінка стану активів підприємства та управління ними [Електронний ресурс] / С. Г. Лисевич, К. О. Д'яченко. – Режим доступу : http://www.pdaa.edu.ua/sites/default/files/nppdaa/6.2/206.pdf.

ОБЛІК, АНАЛІЗ ТА АУДИТ КАПІТАЛЬНИХ ІНВЕСТИЦІЙ

УДК 330.3

Рябцева Я. Р.

Студент 3 курсу
факультету економіки і права ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Зосереджено увагу на необхідності вдосконалення на підприємствах аналітичного обліку капітальних інвестицій і наведено загальну схему їх класифікації за видами необоротних активів. Обґрунтовано доцільність внесення змін до нормативних документів із ведення бухгалтерського обліку капітальних інвестицій.*

Ключові слова: *звітність, капітальні інвестиції, інвестування, процеси документації, субрахунок, активи.*

Аннотация. *Сосредоточено внимание на необходимости усовершенствования на предприятиях аналитического учета капитальных инвестиций и приведена общая схема их классификации по видам необоротних активов. Обоснована целесообразность внесения изменений в нормативных документах по ведению бухгалтерского учета капитальных инвестиций.*

Ключевые слова: *отчетность, капитальные инвестиции, инвестирование, процессы документации, субсчет, активы.*

Annotation. *The main attention is given to the necessity of the enterprises analytical accounting of the capital investments improvement and general scheme of their classification according to the kinds of non-current assets. The author gave proves to introduce amendments to normative documents on capital investments accounting.*

Keywords: *accounting, capital investments, investing, processes of document, sub-account, assets.*

© Рябцева Я. Р., 2015

Сучасне пожвавлення розвитку провідних галузей економіки України вимагає нарощування темпів капітального інвестування у підприємницьких структурах. З іншого боку, цей процес неможливий без посилення контролю за раціональним та цільовим використанням інвестованих коштів, виконанням договірних зобов'язань постачальниками та підрядними організаціями, впровадженням придбаних та створених об'єктів капітального інвестування в експлуатацію, своєчасним та правильним оформленням документів тощо. У свою чергу, функціонування ефективної системи контролю неможливе без наявності відповідної інформаційної бази, яка переважно формується у системі бухгалтерського обліку підприємства.

Облікова інформація про капітальні інвестиції використовується у процесі управління підприємством для формування первісної (інвентарної) вартості кожного із об'єктів основних засобів та інших необоротних матеріальних і нематеріальних активів, визначення амортизаційної політики на поточний рік та на перспективу, заповнення форм бухгалтерської звітності та приміток до них, складання статистичної звітності про капітальні інвестиції тощо.

Н. Лисенко розглядає актуальні питання методології обліку капітальних інвестицій на підприємствах житлово-комунального господарства та обґрунтовує ряд пропозицій, спрямованих на вдосконалення обліку. У цьому напрямі працювали багато відомих представників бухгалтерської науки, починаючи з Н. А. Блатова, Н. Г. Вейцмана, А. П. Рудановського, І. Ф. Шерра та інших класиків бухгалтерського обліку. Серед сучасних учених, у працях яких вивчаються питання обліку й аналізу фінансування основного капіталу, слід виділити таких авторів, як Я. Д. Крупка, С. В. Рилєєв, М. Г. Чумаченко та ін. Крім того, представляють певний інтерес дослідження зарубіжних авторів, таких як М. Р. Метьюс, М. Х. Б. Перера, Е. С. Хендриксен, М. Ф. Ван Бреда.

Метою цієї статті є теоретичне обґрунтування та розробка практичних рекомендацій щодо вдосконалення процесів документального оформлення операцій та аналітичного обліку витрат із капітального інвестування на підприємствах.

Облікова інформація про капітальні інвестиції підприємства у результаті є продуктом діяльності його бухгалтерії. Її працівники виконують облікові операції, пов'язані з виконанням робіт із капітального інвестування як підрядним, так і господарським способами, здійснюють контроль за цільовим використанням коштів та інших ресурсів, беруть участь у проведенні інвентаризацій та оформленні їх результатів, заповнюють статистичну та бухгалтерську звітність тощо.

З іншого боку, значна кількість документів та іншої облікової інформації про капітальні інвестиції формується за межами бухгалтерії. Її якість визначається встановленим на підприємстві порядком укладення договорів із постачальниками та підрядниками, оформлення актів виконаних будівельно-монтажних та інших робіт, наявністю складського господарства та обладнаних майданчиків для зберігання будівельних конструкцій, устаткування, будівельних матеріалів, кваліфікацією персоналу тощо.

Для цього необхідно виконати ряд підготовчих операцій. Для початку треба здійснити класифікацію можливих напрямків капітального інвестування на підприємстві [1].

Важливим етапом забезпечення функціонування облікової системи з капітального інвестування є затвердження наказом по підприємству підрозділів або посадових осіб, відповідальних за окремі напрямки діяльності у цій сфері.

На підприємстві необхідно визначити узагальнений перелік матеріальних цінностей, придбання яких фінансується за рахунок коштів, передбачених на капітальне інвестування (будівельні конструкції, будівельні матеріали, виробниче устаткування, інвентар тощо) і які підлягають обліку на рахунку 15 «Капітальні інвестиції».

У процесі формування облікової інформації про капітальні інвестиції важливо визначити порядок використання чинних субрахунків рахунку 15 «Капітальні інвестиції». Відповідно до наведеної вище класифікації капітальних інвестицій пропонується використовувати чинні субрахунки рахунку 15 «Капітальні інвестиції», на яких вести облік [2]:

1. На субрахунку 151 «Капітальне будівництво» – капітальних інвестицій на придбання земельних ділянок, поліпшення земель, зелені насадження, створення будівель (будинків), передавальних пристроїв та споруд.

2. На субрахунку 152 «Придбання (виготовлення) основних засобів» витрат за переданими в експлуатацію або до монтажу машин та обладнання, транспортних засобів, інструментів, приладів та інвентарю.

3. На субрахунку 153 «Придбання (виготовлення) інших необоротних матеріальних активів» – витрат за переданими в експлуатацію бібліотечних фондів, малоцінних необоротних матеріальних активів, інвентарної тари, предметів прокату тощо.

4. На субрахунку 154 «Придбання (створення) нематеріальних активів» – витрат на придбання та створення нематеріальних активів.

5. На субрахунку 155 «Придбання (вирощування) довгострокових біологічних активів» – витрат на формування стада робочої та продуктивної худоби і багаторічних насаджень.

З метою розширення аналітичної інформації про капітальні інвестиції доцільно запровадити нові субрахунки до рахунку 15 «Капітальні інвестиції» [3]:

а) субрахунок 156 «Обладнання, конструкції та матеріали для будівництва і монтажу» – для ведення складського обліку отриманого устаткування, яке очікує монтажу, транспортних засобів, інструментів, приладів, інвентарю, тари, предметів прокату тощо до їх передачі в експлуатацію, а також будівельних матеріалів та конструкцій;

б) субрахунок 157 «Незавершені роботи по створенню необоротних активів» – для обліку витрат щодо створення господарським способом нових об'єктів необоротних активів (основних засобів, нематеріальних активів, малоцінних необоротних активів тощо);

в) субрахунок 158 «Капітальні витрати на поліпшення необоротних активів» – для обліку витрат на реконструкцію, модернізацію та інші види поліпшення необоротних активів;

г) субрахунок 159 «Інші капітальні інвестиції».

Реєстри аналітичних рахунків ведуть зазвичай у бухгалтерії, на підставі первинних документів (накладних на отримання матеріалів, конструкцій та обладнання, актів про виконані роботи, замовлення на роботи та послуги та ін.) [4]. Приклад однієї із форм реєстру аналітичних рахунків з обліку капітальних інвестицій наведено у табл. 1 [5].

Таблиця 1

Реєстр рахунків аналітичного обліку капітальних інвестицій

Дата	Назва об'єкта капітального інвестування	Підстава для відкриття рахунку	Номер аналітичного рахунку	Позначка про передачу об'єкта в експлуатацію	
				дата	документ
	…				
12.12.07.	Стругальний верстат СМ- 757114-S	Розп. гол. технолога № 57	1522300175	31.03.08.	Акт № 97
18.12.07.	Пневмозшивач SK – 7325-121 BEA	Розп. гол. технолога № 89	1522300176		

Ведення реєстру аналітичних рахунків капітальних інвестицій є важливим для правильного формування інвентарної вартості облікових об'єктів необоротних активів на підставі первинних документів (акти виконаних робіт, відрядні наряди на оплату праці, акти на списання використаних матеріалів, накладні постачальників тощо), в яких працівники підрозділів, відповідальних за певний напрямок капітального інвестування (відділ капітального будівництва, головного механіка, головного енергетика тощо), проставляють номери аналітичних рахунків.

Отже, проведенні дослідження вказують, що необхідно внести зміни та доповнення до чинних нормативних актів з метою розширення можливостей використання у процесі обліку субрахунків рахунку 15 «Капітальні інвестиції». Перспектива подальшого дослідження полягає в удосконаленні первинної документації та програмного забезпечення, активізації обговорення проблемних питань із обліку капітальних інвестицій на науково-практичних конференціях та у спеціалізованих періодичних виданнях.

Науковий керівник – старший викладач Андрющенко В. О.

Література: 1. Лисенко Н. Актуальні питання обліку капітальних інвестицій підприємствами / Н. Лисенко // Бухгалтерський облік і аудит. – 2005. – № 6. – С. 24–33. **2.** Шарп Уильям Ф. Інвестиції : підручник / Уильям Ф. Шарп ; пер. з англ. – М. : ИНФРА-М, 1997. – 1024 с. **3.** Костюк Д. Бухгалтерський облік на підприємствах згідно з П(С)БО / Д. Костюк. – Харків : Фактор, 2002. – 220 с. **4.** Ліпсиц І. В. Інвестиційний проект : навч. довід. / І. В. Ліпсиц, В. В. Косов. – М. : БЕК, 2010. – 300 с. **5.** Игошин Н. В. Инвестиции. Организация управления и финансирования : учеб. для вузов / Н. В. Игошин. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2002. – 542 с.

ИСТОРИЧЕСКИЙ ПРОГРЕСС БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА В НЫНЕШНЕЙ ЭКОНОМИКЕ УКРАИНЫ

УДК 657.1

Светличная В. А.

Студент 3 курса
факультета экономики и права ХНЭУ им. С. Кузнеца

Аннотация. *Рассмотрен и проанализирован процесс развития эволюции и исторический путь становления науки бухгалтерского учета, ее место и важность на сегодняшний день для ведения бухгалтерии и документации предприятий Украины, а также каждого из нас как для экономистов.*

Ключевые слова: *бухгалтерский учет, наука, предприятие, история, эволюция, хозяйственная деятельность, хозяйственные операции, документация, модель, концепция, парадигма.*

Анотація. *Розглянуто та проаналізовано процес розвитку еволюції та історичний шлях становлення науки бухгалтерського обліку, її місце і важливість на сьогодні для ведення бухгалтерії та документації підприємств України, а також кожного з нас як для економістів.*

Ключові слова: *бухгалтерський облік, наука, підприємство, історія, еволюція, господарська діяльність, господарські операції, документація, модель, концепція, парадигма.*

Annotation. *This paper reviewed and analyzed the development and evolution of the historical path of becoming science of accounting, and its place and importance today for bookkeeping and documentation of enterprises in Ukraine, as well as each of us, as economists.*

Keywords: *accounting, science, enterprise, history, evolution, economic activity, economic operations, documentation, model, concept, paradigm.*

Каждая наука имеет свой исторический путь развития. На сегодняшний день тяжело представить себе какое-либо предприятие без расчетов, составления документации. Именно бухгалтерский учет помогает правильному ведению любой деятельности предприятия в Украине.

Тысячелетнюю историю развития прошла всем известная нам наука бухгалтерский учет, появление которой приходится на 4000-5000 лет до н.э. [1].

Различные ученые занимались изучением данной темы, к ним можно отнести: Т. М. Малькова, Е. А. Старкова, В. П. Завгороднего, Я. В. Соколова, Л. В. Чижевскую и многих др. [1].

Люди еще в те времена стали вести хозяйство; бухгалтерский учет возник как практическая деятельность. 500 лет назад вышла книга Л. Пачоли о бухгалтерском учете (трактат). Началось литературное осмысление бухгалтерского учета. 100 лет назад возникли первые теоретические конструкции бухгалтерского учета (счетоведение).

Целью работы является проведение анализа эволюционного процесса развития бухгалтерского учета и определение его значения для экономики любого современного украинского предприятия.

Зарегистрированные первые хозяйственные операции были обнаружены археологами еще на табличках из слоновой кости и на каменных дощечках. Если взять Древний Египет, то записи велись на папирусе, в Риме и Греции – на восковых и медных дощечках, а также на коже различных животных. Все записи предусматривали хронологический порядок.

В то время методы ведения бухгалтерского учета были примитивными и отражали операции в натуральном выражении.

С другими фундаментальными науками был тесно связан бухгалтерский учет. В его ведении отражались общехозяйственные и общеэкономические законы общества.

С началом периода возрождения интенсивно развиваются живопись, графика, искусство и, конечно же, наука.

Леонардо Пизанский (Фибоначчи) в средневековой Европе являлся одним из самых крупных, известных в то время математиков. Ему в 1202 году присвоено разработку и открытие системы счисления [2]. Эта находка была преимуществом по сравнению с предыдущей римской аддитивной системой.

С этими нововведениями как последствие идет изменение ведения учетной политики хозяйственных субъектов. Появление и распространение арабских цифр способствовало росту точности в учете хозяйственных операций и началу формирования хозяйственного права в юриспруденции.

© Светличная В. А., 2015

Три основные парадигмы были сформированы именно в эпоху проторенессанса. К ним относят:

1) Униграфическую, или простую парадигму;

2) камеральную (регистрация операций в кассе, что предопределяет учет доходов и расходов);

3) диграфическую или двойную запись.

Эти все парадигмы существуют без взаимного участия, хотя выступают фундаментом науки бухгалтерского учета.

В период с XIII в. по XIX в. известный итальянский математик Лука Пачоли изучал диграфическую парадигму и выпустил по научным исследованиям книгу, отражающую применение двойной записи в торговом предприятии «Трактат о счетах и записях» [3].

Методы бухгалтерского учета проходят эволюцию вместе с ростом производственных сил и отношений, постепенно переходя в единую систему способов и примеров фиксации разнообразных хозяйственных операций.

Научное содержание диалектического метода в бухгалтерском учете проявляется в общем подходе хозяйственной жизнедеятельности к познанию через отражение и обобщение обязательств, имущества и хозяйственных операций в их взаимосвязи и взаимодействии.

Бухгалтерский учет как науку можно охарактеризовать как совокупность общепризнанных знаний и их систематизацию, а также переход од одной парадигмы к другой [4].

Возникшие итальянская, англо-американская, французская, немецкая и русская школы счетоведения положили развитие теории бухгалтерского учета в форме адаптации диграфического учета.

Именно английская школа одна из первых стала применять двойную бухгалтерию в промышлености и положила начало возникновению системы производственных затрат. Это нововведение разделило учет на две части:

1) производственная;

2) бухгалтерская [5].

Следовательно, возникла мысль о необходимости калькуляции [5].

На вторую половину XIX в. приходится становление бухучета как науки в Европе. С развитием европейской научной мысли зарождается теория бухгалтерского учета, которая кардинально внесла изменения в концепцию счетоведения. Разработка и внедрение учетных методик способствовало развитию бухгалтерской науки. Следующая эволюция практических методик дала возможность выработать теоретические подходы к учету. Выделяют три базовых направления при систематизации учетных теорий:

1) юридическое;

2) экономическое;

3) балансовое.

Никколо д'Анастасио считается основоположником юридического направления, в котором он делает акцент прежде всего на учете отношений, прав и обязанностей субъектов.

Родоначальником экономического направления является Джузеппе Криппой, объектом исследования которого было изменение движения ценностей, а предметом изучения – капитал.

Предшественниками трех итальянских и научных школ: ломбардской, тосканской и венецианской стали Д. Криппа и Н. д'Анастасио. Эти школы осуществляли синтез юридических и экономических целей учета, что положило начало развитию и появлению новых дисциплин:

1) логисмография;

2) учение о бухучете;

3) статмография – синтез идей ученых итальянских школ;

4) органология – учение о предприятии как о живом организме;

5) контология – наука о счетах, т. е. логика счетов;

6) статмология – объект изучения баланс;

7) логисмология – учение, построенное на принципах достоверности, своевременности, полноты хронологичности, специфичности, однородности;

8) леммалогия – учение об остатках.

Развитие учетной метедологии привело к появлению различных форм счетоводства, среди которых можно выделить две:

1) стратоитальянская – предполагает открытие двух регистров хронологической записи, при которой баланс является контрольным средством;

2) новоитальянская – в которой происходит разделение на аналитический и синтетический учеты.

Французская школа бухгалтерии в эволюции теории учета приняла ярко выраженное экономическое направление.

Итальянская имела в себе разнообразие взглядов, давшая основные трактовки категорий науки бухгалтерского учета.

В экономической теории бухгалтерский учет является частью науки, изучающей законы и управление развитием производственных отношений.

На основе новоитальянской немецкая школа глубоко изучала процедурные стороны учета то есть разделяла учет на два самостоятельных объекта:

1) торговый;

2) производственный.

Торговая теория учета развивалась в балансоведении, а производственный учет изучал калькуляцию.

Также значительный вклад в развитие внесла и англо-американская школа, главным ее достижением являются прикладные разработки в сфере учета затрат и управления, а также разделение учета на финансовый и управленческий. К разработке концепций, имеющих огромное значение не только с научной стороны, но и с практической, привел уклон к методологической стороне учетной деятельности англо-американской школы.

Процесс эволюционного развития любого знания, применяя накопленный опыт, анализ и синтез, индукцию и дедукцию, приводит к формированию науки, в основе методологии которой лежит анализ финансово-хозяйственных процедур. Новые парадигмы бухгалтерского учета возникли в результате усложнения экономического направления и интеграционного процесса в мировой экономике. Среди этих парадигм выделяют:

1) англо-американо-голландскую модель;

2) континентальную модель;

3) южноамериканскую модель;

4) исламскую модель;

5) интернациональную модель.

Учетной системой, которая отличается большей степенью раскрытия информации для инвесторов и кредиторов стала англо-американо-голландская модель.

При наличии законодательного регулирования бухгалтерского учета построена континентальная модель. Ее отчетность ориентирована на удовлетворение информационных потребностей налоговых или иных органов государственного регулирования, применяемых в Украине.

Южноамериканская модель направлена на учетную систему и высокий уровень инфляции; финансовая система ориентирована на государственные потребности.

В исламской модели оказывают влияние богословские идеи Корана [5].

Интернациональная модель ориентирована на потребности международного согласования учета в интересах иностранных участников международных валютных рынков. Эта модель основывается на применении международных стандартов бухгалтерского учета которые интегрированы в национальный бухгалтерский учет.

Таким образом, этот долгий эволюционный процесс и исторический путь в развитии и становлении бухгалтерского учета сегодня широко используются практически на всех предприятиях нашей страны.

Перспективой исследования является понимание важности эволюционного процесса для современной экономики. Эго изучение поможет в дальнейшем не допускать различных ошибок в ведении бухгалтерского учета на предприятиях.

Научный руководитель – старший преподаватель Андрющенко В. О.

Литература: 1. Блог Татьяны Мальковой [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://malkovatn.ru. **2.** Википедия – свободная энциклопедия [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://ru.wikipedia.org/wiki// **3.** Манько С. История о бухгалтерской учете [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://www.snezhana.ru/history. **4.** Лупикова Е. В. История бухгалтерского учета : учеб. пособие / Е. В. Лупикова. – М. : КНОРУС, 2009. – 240 с. **5.** Соколов Я. В. История бухгалтерского учета : учебник / Я. В. Соколов, В. Я. Соколов. – М. : Финансы и статистика, 2004. – 272 с.

ОСОБЕННОСТИ УЧЕТА МЕЖДУНАРОДНЫХ ПЕРЕВОЗОК

УДК 657: 656-027.543

Семененко К. Э.
Филатова А. Е.

Студент 3 курса
факультета учета и аудита ХНЭУ им. С. Кузнеца

Аннотация. *Рассмотрены особенности налогового и бухгалтерского учета международных перевозок на основании международных соглашений и украинского законодательства, документальное оформление международных перевозок и особенности учета НДС перевозок и услуг, связанных с перевозками.*

Ключевые слова: *налоговый учет, бухгалтерский учет, международные перевозки, НДС, налог на прибыль.*

Анотація. *Розглянуто особливості податкового та бухгалтерського обліку міжнародних перевезень на підставі міжнародних угод та українського законодавства, документальне оформлення міжнародних перевезень і особливості обліку ПДВ перевезень і послуг, пов'язаних із перевезеннями.*

Ключові слова: *податковий облік, бухгалтерський облік, міжнародні перевезення, ПДВ, податок на прибуток.*

Annotation. *This article describes the features of tax and accounting of international traffic on the basis of international agreements and Ukrainian legislation, documentation for international transport and especially value added tax, shipping and accounting services related to transportation.*

Keywords: *tax accounting, accounting, international shipping, value added tax, income tax.*

В условиях развития современной рыночной экономики невозможно представить свою жизнь без транспорта и перевозок. Обращение, происходящее между двумя или более странами, называют международным сообщением. В последнее время международное обращение, в частности международные транспорт и перевозки, усиливают свои позиции в мире, являются ключевым фактором развития международных экономических отношений, а также способствуют развитию экономических связей между странами. Каждая страна имеет свои особенности ведения учета международных перевозок, и Украина не является исключением. Именно поэтому данная тема является актуальнейшей в современных условиях.

Целью данной статьи является рассмотрение особенностей ведения учета международных перевозок.

Вопросами, связанными с ведением учета международных перевозок, занимались такие известные ученые, как В. Е. Ануфриева, В. П. Астахова, Т. Н. Бабченко, А. П. Бархатова, Ж. Г. Леонтьева, А. И. Муравьева, М. Ф. Овсийчук, В. В. Патрова, Н. В. Ульянова, О. В. Хадыева и др.

Согласно Закону Украины «Об автомобильном транспорте» от 05.04.2001 №1253-VII международные перевозки – это перевозки пассажиров и грузов автомобильным транспортом с пересечением государственной границы [1].

При предоставлении услуги по перевозке перевозчик должен отразить доход по дате при составлении соответствующего акта [2]. В бухгалтерском учете доход должен быть отражен по кредиту субсчета 703 «Доход от реализации работ и услуг» с одновременным отражением дебиторской задолженности по дебету субсчета 361 «Расчеты с отечественными покупателями» или 362 «Расчеты с иностранными покупателями».

По дате отражения доходов перевозчик вправе увеличить расходы в части себестоимости предоставленной услуги [2]. В налоговом учете такая себестоимость должна быть отражена в момент списания ее суммы в дебет субсчета 903 «Себестоимость реализованных работ и услуг» со счета 23 «Производство». В остальном по части расходов особенностей нет.

Для международных перевозок установлены особые правила. Согласно Налоговому кодексу операции по поставке услуг по международным перевозкам грузов, пассажиров и багажа железнодорожным, автомобильным, морским, речным и авиационным транспортом выведены в самостоятельный объект налогообложения и облагаются НДС по ставке 0 %, которая применяется ко всему маршруту международной перевозки [2].

Если международную перевозку осуществляет перевозчик-нерезидент, то, как разъяснялось в Обобщающей налоговой консультации № 610, налоговые обязательства по НДС по ставке 0 % со стоимости услуг по международной перевозке в таком случае не возникают [3]. Поэтому начислять НДС по ставке 0 % с нерезидентских услуг

© Семененко К. Э., Филатова А. Е., 2015

международной перевозки и выписывать налоговую накладную, ориентируясь на правила из Налогового кодекса, получателю-резиденту в данном случае не нужно.

Обобщим учет НДС при перевозках и связанных с перевозками транспортных услуг в табл. 1.

Таблица 1

Учет НДС при перевозках и связанных с перевозками транспортных услуг

Виды услуг	Место поставки определяется	НДС с услуг
Перевозки:	международные	международные перевозки железнодорожным, автомобильным, морским, речным и авиационным транспортом облагаются НДС по ставке 0 %
Транспортно-вспомогательные услуги и услуги, связанные с перевозкой	по месту фактической поставки	– облагаются НДС по ставке 20 % – если услуги фактически оказаны на территории Украины
		– не облагаются НДС – если услуги фактически оказаны за границей
Транспортно-экспедиторские услуги	по месту регистрации получателя (заказчика экспедиторских услуг)	– облагаются НДС по ставке 20 % – если предоставляются заказчику-резиденту
		– не облагаются НДС – если предоставляются заказчику-нерезиденту

Отражение НДС также имеет свои особенности при заполнении выписок по транспортным услугам налоговых накладных (НН) [4], отражении в Реестре и декларации.

Отражение в учете транспортных услуг у перевозчика и заказчика рассмотрим в табл. 2.

Таблица 2

Отражение в учете транспортных услуг

Содержание хозяйственной операции	Бухгалтерский учет	
	Д-т	К-т
У перевозчика (транспортной организации)		
Получены денежные средства от заказчика	311	685
Отражены налоговые обязательства по НДС (заказчику выписана налоговая накладная на облагаемые по ставкам 20 % и 0 % операции):		
– со стоимости погрузочно-разгрузочных работ на территории Украины (по ставке 20 %)	643	641
– со стоимости международной перевозки грузов (по ставке 0 %)	643	641
Оказаны услуги перевозки, подписан акт оказанных транспортных услуг:		
– на стоимость погрузочно-разгрузочных работ (на территории Украины (без НДС) + на территории другой страны, без НДС)	361	703
– отражена сумма ранее начисленных налоговых обязательств по НДС (по ставке 20 %)	703	643
– на стоимость услуг по международной перевозке грузов	361	703
– отражена сумма ранее начисленных налоговых обязательств по НДС (по ставке 0 %)	703	64
Отражен взаимозачет задолженности	685	361
Списаны расходы, связанные с выполнением договора перевозки:		
– связанные с выполнением погрузочно- разгрузочных работ	903	23
– связанные с осуществлением международной перевозки	903	23
У заказчика		
Перечислена предоплата перевозчику по договору перевозки	371	311
Отражен налоговый кредит по НДС (с облагаемых операций, на основании выписанной перевозчиком налоговой накладной):		
– со стоимости погрузочно-разгрузочных работ на территории Украины (по ставке 20 %)	641	644
– со стоимости международной перевозки (по ставке 0 %)	641	644
Получены услуги перевозки, подписан акт с перевозчиком:		
– на стоимость погрузочно-разгрузочных работ на территории Украины (без НДС)	93(289)	631
	644	631
– на стоимость погрузочно-разгрузочных работ на территории другой страны (без НДС)	93(289)	631
– на стоимость услуг по международной перевозке грузов	93(289)	631
	644	631
Отражен взаимозачет задолженности	631	371

Международные перевозки являются необходимым атрибутом современной жизни. Их отражение в учете имеет ряд особенностей:

– доходы отражаются по дате составления соответствующего акта; по дате отражения доходов перевозчик вправе увеличить расходы в части себестоимости предоставленной услуги; международные перевозки резидентами облагаются НДС по ставке 0 %, который применяется ко всему маршруту международной перевозки (при условии осуществления по единому международному перевозочному документу); международные перевозки нерезидентами не являются объектом налогообложения.

Транспортно-вспомогательные услуги и услуги, связанные с перевозкой, облагаются НДС по ставке 20 % только если фактически оказаны на территории Украины; транспортно-экспедиторские услуги облагаются НДС по ставке 20 %, только если предоставляются заказчику-резиденту. В остальных случаях НДС не облагаются.

Особенностей ведения учета международных перевозок немного, но они играют важную роль при правильном и точном ведении бухгалтерского учета международных перевозок.

Научный руководитель – канд. экон. наук, доцент Пасенко Н. С.

Литература: 1. Про автомобільний транспорт [Электронный ресурс] : Закон України від 05.04.2001 №1253-VII. – Режим доступа : http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2344-14. **2.** Податковий Кодекс України [Электронный ресурс] : Закон України від 02.12.2010 № 263-VIII. – Режим доступа : http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/2755-17. **3.** Обобщающая налоговая консультация о порядке обложения налогом на добавленную стоимость транспортно-экспедиторской деятельности [Электронный ресурс] : Приказ Государственной налоговой службы Украины от 06.07.2012 № 610. – Режим доступа : http://www.profiwins.com.ua/letters-and-orders/gna/3064-610.html. **4.** НДС по автоперевозке по территории Украины [Электронный ресурс] / Бухгалтерские посиделки // ЛИГА: Форумы. – Режим доступа : http://forum.liga.net/Messages.asp?did=224604. **5.** Транспортно-экспедиторская деятельность: документооборот, выручка, НДС и др. [Электронный ресурс]. – Сайт для бухгалтеров бюджетных учреждений. – Режим доступа : https://buhgalter.com.ua/articles/details/331755. **6.** Конвенція про договір міжнародного автомобільного перевезення вантажів [Электронный ресурс] : Міжнародний документ від 19.05.1956. – Режим доступа : http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/995_234?test=XNLMf5x.qwJgAZBwZiTuFSn9HI4R2s80msh8Ie6. **7.** Налогообложение транспортно-экспедиторских услуг [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://consultant.parus.ua/_d.asp?r=04M9093013e974a6b0bf31baa4cdfba77606.

ПРОБЛЕМЫ ВЫБОРА МЕТОДОВ ВЫБЫТИЯ ЗАПАСОВ НА ПРЕДПРИЯТИИ

УДК 657.422

Семененко К. Э.

Студент 3 курса
факультета учета и аудита ХНЭУ им. С. Кузнеца

Аннотация. *Рассмотрены проблемы выбора предприятием метода выбытия запасов согласно национальным и международным стандартам бухгалтерского учета. Проведен анализ между П(С)БУ 9 и Международными стандартами бухгалтерского учета, которые регулируют процесс учета запасов.*

Ключевые слова: *производственные запасы, ФИФО, идентифицированная себестоимость, средневзвешенная себестоимость, нормативные расходы, цена продаж.*

Анотація. *Розглянуто проблеми вибору підприємством методу вибуття запасів згідно з національними та міжнародними стандартами бухгалтерського обліку. Проведено аналіз між П(С)БО 9 та Міжнародними стандартами бухгалтерського обліку, які регулюють процес обліку запасів.*

© Семененко К. Э., 2015

Ключові слова: *виробничі запаси, ФІФО, ідентифікована собівартість, середньозважена собівартість, нормативні витрати, ціна продажів.*

Annotation. *The problem of choosing the method of disposal of stocks now under national and international accounting standards. The analysis between P(C)BU 9 and International Accounting Standards, which govern the process of inventory.*

Keywords: *inventory, FIFO, the identified cost, the weighted average cost, regulatory costs, sales price.*

Производственные запасы представляют собой совокупность предметов труда, используемых в производственном процессе. Они участвуют в производственном процессе однократно и полностью переносят свою стоимость на производимую продукцию, выполненные работы или оказанные услуги [1].

Они существенно влияют на финансовые результаты хозяйственной деятельности любого предприятия.

Актуальность данной темы обусловлена тем, что в условиях инфляционных процессов, характерных для нашей страны, оценка и выбытие запасов приобретает особый интерес. Так как мировая и национальная экономики имеют кризисные тенденции развития, необходимо определить место запасов в структуре объектов учета предприятий.

Целью данного исследования является рассмотрение особенностей использования методов выбытия запасов в современных условиях и проведение их сравнительного анализа.

Вопросами учета выбытия запасов занимались такие ученые, как: Гончаров Ю. В., Кравченко И. В., Фасенко В. В., Бутынец Ф. Ф., Волкова Ю. Б [1–3].

Учет запасов в Украине прописан в П(С)БУ 9 «Запасы». Также международным аналогом данного документа является Международный стандарт бухгалтерского учета 2 «Запасы» [4].

Все положения (стандарты) базируются на международных стандартах, не являются тождественными и имеют разногласия.

В обоих документах прописано, что Запасы – это активы, которые:

- содержатся для последующей продажи при условиях обычной хозяйственной деятельности;
- находятся в процессе производства с целью последующей продажи продукта производства;
- удерживаются для потребления во время производства продукции (работ, услуг) [4].

В П(С)БУ 9 «Запасы» в последнем пункте указано, что, кроме потребления в процессе производства или оказания услуг, возможно потребление в процессе управления предприятием [5]. Этот пункт является довольно уместным, т.к. процесс производства не содержит в себе такие процессы, как хранение, реализация и т.д.

Оценка запасов по П(С)БУ и Международным стандартам бухгалтерского учета осуществляется по наименьшим из двух оценок: себестоимости либо чистой стоимости реализации.

Но все же основной проблемой в сфере учета производственных запасов является выбор одного из методов выбытия запасов, прописанных в П(С)БУ 9 «Запасы». Согласно этому документу предприятие самостоятельно выбирает метод оценки выбывших запасов.

При выбытии запасов предприятия могут использовать такие методы, как:

- идентифицированной себестоимости;
- средневзвешенной себестоимости;
- ФИФО;
- нормативных расходов;
- цены продаж.

В соответствии с П(С)БУ 9 метод идентифицированной себестоимости применяется для оценки выбытия запасов, приобретенных в целях их реализации по специальному заказу, и для оценки выбытия запасов, не заменяющих друг друга. Однако не вполне ясно, зачем в П(С)БУ 9 введено такое ограничение в применении метода идентифицированной себестоимости. Возможно, акцент на спецзаказе и незаменимости не нужно понимать как ограничение, а только в том смысле, что применить этот метод оценки смогут все предприятия для спецзаказов, а в случае незаменимости – в обязательном порядке.

Вероятнее всего, именно так и следует понимать п. 17 вместе с первым абзацем п. 16 П(С)БУ 9. Ведь на многих предприятиях давно налажен компьютерный учет поступления и выбытия запасов по идентифицированной себестоимости, и поскольку этот метод наиболее точен, не имеет смысла менять и перестраивать программы ради ввода приблизительного учета [5].

В нашей стране он всегда был преобладающим и использовался практически во всех отраслях экономики. Обязательное условие для этого – возможность по каждой единице запасов установить именно ее цену (историческую себестоимость).

Метод средневзвешенной себестоимости применяется отдельно для каждой совокупности принятых на учет запасов, одинаковых по назначению и потребительским характеристикам (этого уточнения нет в П(С)БУ 9, но мы его здесь вносим для более широкого раскрытия сути метода).

Согласно методу ФИФО запасы выбывают в том же порядке, в котором они поступили на предприятия, и основным его недостатком является влияние внешних факторов экономической жизни государства на показатель валовой прибыли отдельно взятого предприятия.

Так, в условиях постоянно растущих цен метод ФИФО дает самый высокий показатель валовой прибыли. А если принять во внимание, что в условиях общего роста цен каждое предприятие стремится повысить также и цены на реализуемый товар, то при применении метода ФИФО к оценке выбытия показатель валовой прибыли, указываемый в Отчете о финансовых результатах, можно считать неоправданно завышенным.

Соответственно, в условиях постоянного снижения цен наблюдается обратный процесс: показатель валовой прибыли вследствие применения метода ФИФО к оценке выбытия запасов и вынужденного снижения отпускных цен на реализуемую предприятием продукцию (товары) получается в отчете неоправданно заниженным.

В то же время, поскольку запасы, которые приобретаются в условиях постоянно растущих цен и оцениваются при выбытии по методу ФИФО, списываются в реализацию по наименьшей из цен, то запасы, остающиеся на балансе предприятия, оказываются оцененными по стоимости, более или менее приближенной к рыночной. А это значит, что при анализе баланса такого предприятия показатели собственных оборотных средств, оборотного капитала и, соответственно, коэффициент покрытия будут не просто более оптимистичными, но и более или менее реальными.

Нормативный метод учета выбытия запасов является частью давно известного в нашей стране нормативного метода учета расходов (учет по планово-расчетным ценам) и базируется на нормативном методе калькуляции себестоимости продукции (работ, услуг).

В соответствии с п. 23 П(С)БУ 9 оценка выбытия запасов по нормативным затратам заключается в применении норм расходов на единицу продукции (работ, услуг), установленных предприятием с учетом нормативных уровней использования запасов, труда, производственных мощностей и действующих цен. Для обеспечения максимального приближения нормативных расходов к фактическим расходы и цены должны регулярно в нормативной базе проверяться и пересматриваться [5].

Основные принципы нормативного метода учета расходов (в том числе выбытия запасов) и калькуляции себестоимости продукции (работ, услуг) сводятся к следующему. В основу калькуляции фактической себестоимости отдельного вида продукции положена предварительно составленная калькуляция нормативной себестоимости этого вида продукции по утвержденным самим предприятием текущим нормам расходов сырья и материалов, труда и пр. При соблюдении этих норм (и при их своевременном пересмотре) фактическая себестоимость соответствует нормативной.

В случае выявления отклонений от норм фактическая себестоимость продукции определяется так: к нормативной себестоимости прибавляют (в случае перерасхода) или из нее вычитают (в случае экономии) обнаруженные отклонения от текущих норм, а также прибавляют (вычитают) расходы, обусловленные изменением этих норм в течение отчетного периода по каждой статье расходов. При этом прямые расходы по установленным нормам учитываются отдельно от расходов, составляющих отклонение от норм. Это дает возможность тщательно контролировать расходы при производстве продукции.

В соответствии с п. 11 П(С)БУ 16 обнаруженные в отчетном периоде сверхнормативные расходы зачисляются в состав себестоимости реализованной продукции [6].

Нормативная калькуляция – это определение себестоимости единицы продукции (работ, услуг) по статьям расходов в денежном измерении на основании действующих (текущих) норм расходов материалов, заработной платы и т. п.

Действующими нормами принято называть нормы и нормативы, обусловленные технологическим процессом, в соответствии с которым передаются материалы в производство, оплачиваются выполненные работы. Нормативные калькуляции могут составляться последовательно на детали, узлы и продукцию в целом. Нормативные калькуляции используются для оценки остатков незавершенного производства и определения фактической себестоимости продукции при применении нормативного метода учета расходов на производство и калькуляции себестоимости продукции (работ, услуг).

Нормативный метод учета расходов и калькуляции себестоимости продукции – основной метод, используемый на предприятиях промышленности со сложной технологией, а также в сезонных отраслях материального производства. Он наравне с другими методами оценки выбытия запасов необходим для оценки не только при выбытии запасов с предприятия, но и при переводе их из одной балансовой статьи в другую, которая также квалифицируется как выбытие (см. выше).

Метод цены продаж – не единственный метод, который применяется только к выбытию запасов с предприятия торговли, так как торговая наценка прибавляется к первоначальной стоимости закупленных для дальнейшей

продажи в розницу товаров уже на стадии оприходования этих товаров на счет 282. В дальнейшем учет движения товаров на всех дореализационных стадиях может происходить по ценам продажи. Вместе с тем это не противоречит требованиям П(С)БУ 9 и МСФО 2 относительно оценки запасов на дату баланса по наименьшей из двух стоимостей: первоначальной стоимости или чистой стоимости реализации.

Так как любой метод выбытия запасов имеет свои преимущества и недостатки, то выбор оптимального для того или иного предприятия метода оценки выбытия запасов зависит от большого количества внешних факторов, которые по-разному влияют на деятельность каждого отдельно взятого предприятия и на ее результаты. При формировании учетной политики в рамках управления запасами очень важно выбрать именно тот метод, который наиболее точно позволит проводить оценку деятельности предприятия.

Научный руководитель – канд. экон. наук, доцент Часовникова Ю. С.

Литература: 1. Бухгалтерский учет : учебник / Под ред. Ф. Ф. Бутинця. – Житомир : Рута, 2009. – 726 с. **2.** Гончаров Ю. В. Оценка производственных запасов: отечественный и зарубежный опыт / Ю. В. Гончаров, И. В. Кравченко // Учет и финансы АПК. – 2011. – № 1. – С. 50–53. **3.** Фесенко В. В. Вибір методу оцінки списання запасів як фактор впливу на формування фінансових результатів / В. В. Фесенко // Управління розвитком. – 2012. – № 4. – С. 53–56. **4.** Международный стандарт бухгалтерского учета 2 Запасы [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://buhgalter911.com/Res/MSBO/MSBO2.pdf. **5.** Положение (стандарт) бухгалтерского учета № 9 "Запасы" [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://www.nibu.factor.ua/info/instrbuh/psbu9. **6.** Положение (стандарт) бухгалтерского учета № 16 "Расходы" [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://www.nibu.factor.ua/info/instrbuh/psbu16.

ПРОБЛЕМЫ СОВРЕМЕННОГО МАРКЕТИНГА И ИХ РЕШЕНИЕ НА ОСНОВЕ ПРЕВЕНТИВНОГО ПОДХОДА

УДК 658.8

Симонян С. В.

Студент 3 курса
факультета учёта и аудита ХНЭУ им. С. Кузнеца

Аннотация. *Рассмотрены проблемы современного маркетинга. Предложены пути их решения на основе превентивного маркетинга.*

Ключевые слова: *маркетинг, проблемы маркетинга, потребители, потребность, совершенствование организации маркетинга.*

Анотація. *Розглянуто проблеми сучасного маркетингу. Запропоновано шляхи їх вирішення на основі превентивного маркетингу.*

Ключові слова: *маркетинг, проблеми маркетингу, споживачі, потреба, вдосконалення організації маркетингу.*

Annotation. *The problems of modern marketing were analyzed. The ways of solving them through preventive marketing were proposed.*

Keywords: *marketing, marketing problems, consumers need, improvement of marketing.*

В современной динамично развивающейся экономике все бóльшую актуальность приобретают вопросы, связанные с устойчивым развитием организации. Для украинских организаций, осуществляющих хозяйствен-

© Симонян С. В., 2015

ную деятельность в условиях высокой неопределенности внешней среды, обеспечение устойчивого развития становится одной из первостепенных задач, требующих решения. Однако современный рынок требует от организаций не только быстро адаптироваться к новым условиям хозяйствования, но и прогнозировать развитие внешней среды для своевременного формирования стратегии своего развития. Это в равной степени относится к нуждам потребителей, которые более избирательно относятся к выбору товаров или услуг. Желание более полно удовлетворить свои потребности толкает потребителя к поиску новых способов их удовлетворения, он старается открыть в товаре что-то новое, то есть ищет тот продукт, который наиболее полно будет удовлетворять его нарастающие потребности. Некоторые тенденции развития окружающего мира и потребительских предпочтений в своих трудах выделяет Е. П. Голубков [1, с. 152]: 1) недостаток времени ведет к росту потребности в удобных и простых вещах, не требующих много времени для своего приобретения (например, комплексные доставки продуктов питания домой, системные закупки на рынке «бизнес – бизнесу»); 2) уменьшение осознанного различия между потребительскими свойствами продуктов приводит к уменьшению лояльности по отношению к отдельным торговым маркам. В силу большого выбора продуктов и повышения «рыночной грамотности» потребителей наблюдается более осознанное отношение к цене и ценности; 3) результате усиления конкуренции расширения рыночных предложений имеет место более высокое ожидание от услуг и качества продуктов; 4) снижение различий в отношении к покупке только дорогих или только дешевых товаров. Богатые покупают что-то в дешевых магазинах, а не очень зажиточные для удовольствия покупают что-то в дорогих магазинах. С этой точки зрения может оказаться неоправданным ценообразование на основе средних цен, а сегментирование по доходам может ввести в заблуждение; 5) занижение своего возрастного уровня – покупка товаров, рассчитанных на более молодых.

Тенденцию к изменению потребительских предпочтений также отмечает Филипп Котлер и диагностирует проблему современного маркетинга следующим образом [2]: 1) покупатели стали более искушенными и чувствительными к ценам; 2) у них не хватает времени, и они хотят получить дополнительные удобства; 3) они видят, что многие компании производят близкие по качеству товары; 4) они стали меньше внимания обращать на качество товаров и покупать непатентованные товары; 5) у них повысились требования к обслуживанию; 6) они менее уважительно относятся к привычным торговым маркам. Анализируя причины, снижающие эффективность маркетинговых усилий, можно сделать вывод, что все они основаны на том, что товарам не хватает покупателей. Глобальная экономика столкнулась с пределами роста и, достигнув определенного уровня, не может заставить потребителей покупать товаров больше, чем они могут. По этому поводу И. Ансофф пишет: «С ростом общественного благосостояния под сомнение ставится сама необходимость экономического роста … Крупные предприятия озабочены … невозможностью повышения эффективности производства при увеличении его масштабов. Выдвигаются «альтернативы нулевого роста» [3].

Анализируя вышесказанное, необходимо поставить вопрос о новом понимании маркетинга и о поиске новых методов организации маркетинга. Исходя из того, что большинство из современных проблем маркетинга связано с динамично изменяющимися потребительскими предпочтениями, при организации системы маркетинга необходимо делать акцент на выявлении данных потребностей и поиске путей их удовлетворения.

Анализ потребительских предпочтений показал, что у потребителя, помимо явных потребностей, существуют латентные (скрытые) потребности, которые он испытывает, но не осознает и, следовательно, не имеет возможности их удовлетворить. Например, Х. Меррей разделяет потребности явные и латентные [4]. Явные потребности свободно проявляются вовне, находя удовлетворение в физических актах, речи, в сложных формах поведения и т. д. Их диагностика не требует никакой специальной техники, кроме наблюдения. Латентные потребности; напротив, никогда не проявляются в адаптивных поведенческих актах, и потребитель не задумывается об их существовании. Если потребитель не «ощущает» скрытую потребность, то, соответственно, и нет возможности удовлетворить ее. Другой причиной невозможности удовлетворения указанных потребностей является то, что данные потребности не могут быть удовлетворены существующими продуктами. Возможность же удовлетворения скрытых потребностей с использованием стандартных товаров и услуг весьма ограничена. В связи с этим возникает необходимость перманентного создания инновационных продуктов, направленных на наиболее полное удовлетворение скрытых потребностей потребителя. Для выявления данных потребностей, как правило, используются средства адаптивного маркетинга, направленного на их выявление и поиск инноваций для их удовлетворения. Использование подобной стратегии приводит к росту конкуренции в области выявления потребностей потребителей и их удовлетворения. Однако создание одного инновационного продукта приводит к копированию данного продукта конкурентами и ликвидации конкурентного преимущества предприятия-инноватора.

Другая проблема заключается в том, что жизненный цикл инновационных продуктов сокращается при более широком выборе торговых марок, что заставляет производителей постоянно выявлять новые интуитивные потребности и отвечать на них новыми инновациями. Сложившуюся картину Е. П. Голубков описывает так: конкуренция усиливается, ее характеризуют качественные изменения [1, с. 49]. Она становится все более жесткой; создавать конкурентные преимущества все тяжелее. Глобализация и концентрация капитала приводят к усилению власти крупных компаний-производителей и торговых посредников, сетей торговых организаций.

Наблюдается сокращение числа конкурентов при росте количества торговых марок и разновидностей продуктов в одной продуктовой категории. Рынки все более фрагментируются на малые сегменты и ниши. Жизненный цикл продуктов сокращается. В результате совершенствования производства порой легче купить новый продукт, чем его отремонтировать.

Из вышесказанного можно сделать вывод, что устойчивость организации на рынке напрямую зависит от ее инновационной активности. Для эффективного решения поставленных задач предлагается использовать маркетинг. В последнее время все чаще можно видеть разделение маркетинга на традиционный и новый. Традиционный маркетинг подразумевает под собой комплекс принципов, концепций и методологических наработок, накопленных усилиями ученых, консультантов, практиков маркетинга в XX веке, главные особенности которого заключаются в следующем [1, с. 48]: 1) начальной точкой маркетинговой деятельности является выявление потребностей; 2) далее определяется, что собой представляет рынок как совокупность потенциальных потребителей; выбор потенциальных рынков и потребителей определяет область, в которой будет осуществляться конкуренция; 3) потребители рассматриваются как рационально мыслящие субъекты принятия решений; акцент делается на функциональных свойствах и преимуществах продуктов, при этом четко очерчиваются продуктовые материи и границы конкуренции; 4) выбор целевых потребителей отсекает других участников рынка, для которых продукт не предназначен, следовательно, фиксирование целевого рынка, с одной стороны, помогает более прицельно осуществлять маркетинг, с другой стороны, его ограничивают выбранным целевым рынком; 5) используется традиционный процесс управления маркетингом, в котором большая роль отводится сегментированию и позиционированию, однако сегментирование ориентированы на выпускаемые, а не на новые продукты, а позиционирование основано на использовании известных характеристик продуктов и может скрыть новые инновационные концепции.

Считается, что традиционный маркетинг ориентирован на увеличение объемов продаж, рыночной доли, прибыли. Однако традиционный маркетинг подразумевает излишние затраты, обусловленные большим количеством провалов новых продуктов, дорогостоящими рекламными кампаниями с их низкой эффективностью, другие методы продвижения продукции [1, с. 49].

Усиление конкуренции, глобализация, все более мелкое фрагментирование рынков, сокращение жизненного цикла товаров, а также снижение эффективности маркетинговых программ при постоянном росте затрат на их реализацию привели к формированию новой маркетинговой концепции, которая получила название – «новый маркетинг». Новый маркетинг ориентирован на увеличение стоимости бизнеса, существенную часть которого могут составлять нематериальные активы, включающие потребительский капитал [1, с. 50].

Под новым маркетингом часто понимают адаптивный маркетинг, представляющий систему мер, направленных на поиск потребностей и инноваций, формирование спроса на них и своевременный выпуск и реализацию продукции, отвечающей изменяющимся условиям рынка, технологиям и запросам клиентов, а также создание эффективной системы продвижения на рынок товаров и услуг. Если лозунгом традиционного маркетинга является «найди потребность и удовлетвори ее», то новый взгляд на маркетинг выражается в лозунге «Разработай новый продукт и создай на него потребность» [5]. В связи с чем основным отличием адаптивного маркетинга является возможность адекватно реагировать на изменение внешней среды, в том числе предполагать выявление потребностей потребителей и удовлетворение их посредством инноваций. Однако адаптивный маркетинг не ставит перед собой задачу прогнозирования потребностей потребителей и соответствующей превентивной реакции посредством создания инноваций, которые могли бы удовлетворить прогнозируемые потребности. В результате чего возникает временной разрыв с момента выявления интуитивной потребности потребителя и соответствующей реакции посредством создания инновации и, как результат, выпуска нового продукта. Таким образом, считаем, что существует потребность в разработке такой маркетинговой концепции, которая позволяла бы превентивно реагировать на изменения внешней среды и исключала бы возникновения временного лага с момента выявления потребности и соответствующей реакцией на нее посредством инновации.

Анализируя вышесказанное, можно сделать вывод о том, что в современных экономических условиях уже недостаточно адекватно реагировать на изменения внешней среды. Более важно прогнозировать данные изменения. Активное использование превентивного маркетинга позволит фирме быстрее и лучше приспосабливаться к изменениям внешней среды: активно прогнозировать и выявлять интуитивные потребности потребителей и своевременно отвечать на них путем создания нового инновационного продукта. При этом сокращается время с момента возникновения потребности у потребителя до ее удовлетворения, что в конечном итоге даст фирме-инноватору конкурентное преимущество на рынке.

Научный руководитель – преподаватель Кузнецов О. В.

Литература: 1. Мальський М. Теорія міжнародних відносин / Мальський М., Мацях М. – 4-те вид., перероб. і допов. – К. : Знання, 2011. – 406 с. **2.** Руда О. Проблеми інтеграції України у світове господарство / Руда О.

// Галицький економічний вісник. – 2010. – №4 (29). – С. 68–72. **3.** Угода про асоціацію між Україною та Європейським Союзом [Електронний ресурс] // Урядовий портал України. – Режим доступу: http://www.kmu.gov.ua/control/publish/article?art_id=246581344. **4.** Колінець, Л. Аналіз стимулювання експорту в Україні та шляхи його покращення / Леся Колінець // Наукові записки : зб. наук. праць каф. екон. аналізу Терноп. акад. нар. госп-ва. – Тернопіль : Економ. думка, 2011. – Вип. 14. – С. 136-139. **5.** Євроатлантична інтеграція України [Електронний ресурс] // Урядовий портал. – Режим доступу: http://www.kmu.gov.ua/kmu/control/uk/publish/article?showHidden=1&art_id=243286612&cat_id=224393972&ctime=1267776886235.

ОБҐРУНТУВАННЯ АЛГОРИТМУ ВИБОРУ КОНКУРЕНТНОЇ СТРАТЕГІЇ

УДК 339.97

Сиров В. В.

Студент 4 курсу
факультету економіки і права ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Обґрунтовано актуальність ефективного формування конкурентної стратегії для українських підприємств та запропоновано алгоритм вибору конкурентної стратегії, котрий базується на оцінці потенціалу та зовнішніх факторів та забезпечує координацію діяльності з формування конкурентних переваг.*

Ключові слова: *конкурентна стратегія, конкурентоздатність, SWOT-, PEST-аналіз, матричний господарський портфель, конкурентні переваги.*

Аннотация. *Обоснована актуальность эффективного формирования конкурентной стратегии для украинских предприятий и предложен алгоритм выбора конкурентной стратегии, который базируется на оценке потенциала и внешних факторов и обеспечивает координацию деятельности по формированию конкурентных преимуществ.*

Ключевые слова: *конкурентная стратегия, конкурентоспособность, SWOT-, PEST-анализ, матричный хозяйственный портфель, конкурентные преимущества.*

Annotation. *In this paper, the urgency of effective formation of competitive strategy for Ukrainian companies and the algorithm of choice of competitive strategy, which is based on an assessment of potential and external factors, and ensures coordination with creating competitive advantages.*

Keywords: *competitive strategy, competitiveness, SWOT-, PEST-analysis, matrix portfolio of economic, competitive advantage.*

Українська економіка на сьогодні характеризується нестабільністю та займає слабкі позиції у світі (109-те місце за рівнем ВВП на душу населення за даними МВФ [1]). Відсутність державного фінансування, корупція, наявність тіньового сектора економіки (близько 45 % ВВП у 2012 р.) [2], слабка інноваційна політика, відсутність здорової конкуренції на ринку, все це спричинило технічну відсталість нашої країни і, як наслідок, неконкурентоздатність вітчизняної продукції на міжнародному ринку.

З підписанням Угоди про асоціацію з Європейським Союзом Україна отримала доступ до європейської зони вільної торгівлі, що ліквідує мито на ввізну продукцію. А отже, вперше українська продукція буде конкурувати з європейською без суттєвої державної підтримки. Таким чином, за проміжок часу, відведений Європейським Союзом для оздоровлення вітчизняної економіки, мають бути сформовані чіткі конкурентні переваги. З цією метою необхідно кожному суб'єкту господарювання сформувати конкурентну стратегію як механізм упровадження українських товарів на нові ринки. В іншому випадку вітчизняні підприємства будуть не в змозі протистояти конкуренції європейським, що, у свою чергу, загрожує банкрутством. Таким чином, проблема вибору конкурентної стратегії на сьогодні є дуже актуальною.

Різні аспекти цієї проблеми висвітлювали у своїх працях такі вчені, як А. Томпсон [3], Ф. Котлер [4], О. Дуброва [5], Г. Л. Азоєв [6], М. Міронов [9], М. Портер [8], Т. Філософова [9] та ін. Метою написання цієї статті є об-

© Сиров В. В., 2015

грунтування алгоритму вибору конкурентної стратегії, яка буде найбільш точно відповідати вимогам зовнішнього та внутрішнього середовища підприємства на основі узагальнення підходів, наявних у науковій літературі.

Конкурентна стратегія – це чітко встановлений напрямок розвитку підприємства в умовах ринкового конкурентного середовища, що забезпечить компанії формування стійких та ефективних конкурентних переваг. Стратегія конкуренції компанії включає підходи до бізнесу й ініціативи, які використовують для залучення клієнтів, ведення конкурентної боротьби і зміцнення позицій на ринку [10].

Під час вибору стратегії важливо, щоб вона відповідала стратегічним намірам, мала ресурсне забезпечення та можливості для її реалізації [11].

Існують різні методи та інструменти вибору оптимальної конкурентної стратегії, що запропоновані науковцями. Так, зокрема М. Портер пропонує обирати конкурентну стратегію, базуючись на конкурентних перевагах (зниження витрат або диференціація) та сфері конкуренції (широка або вузька). Перевагами цього методу є відносна простота вибору, недоліками – неврахування потенціалу підприємства та складність оцінки конкурентних переваг продукції. А. Томпсон та А. Стрікленд також не враховують під час вибору конкурентної стратегії потенціал підприємства, а обґрунтовують вибір лише на відносній долі ринку та на темпах його росту [3]. Механізм вибору конкурентної стратегії О. С. Дуброві полягає в поетапному виконанні таких дій: встановлення цілей, аналіз зовнішнього середовища, дослідження внутрішнього середовища, визначення мети та постановка завдань, аналіз альтернатив та планування й реалізація стратегії. Перевагами цього методу є аналіз внутрішнього та зовнішнього середовища, проте залишається не зрозумілим, за допомогою яких інструментів він буде здійснений, а також, що слугує критерієм відбору стратегії. З урахуванням цих переваг та недоліків автором статті запропоновано алгоритм вибору конкурентної стратегії (табл. 1).

Першочерговим етапом є аналіз ринку. Для формування стратегії необхідно чітко усвідомлювати тенденції розвитку ринку продукції, що виробляється. Це дозволить своєчасно реагувати на зміну споживчих інтересів, дій конкурентів. Для цього доречно розрахувати місткість ринку, що дасть змогу оцінити його насиченість, ступінь концентрації та диференціації, бар'єри входу та виходу. На основі отриманих даних формулюються можливості та загрози для підприємства. Побудова моделі п'яти конкурентних сил дозволить оцінити середовище прямого впливу та виявити основні конкурентні сили на ринку.

Наступним етапом є аналіз сильних та слабких сторін підприємства за такими функціональними підсистемами, як виробництво, трудові ресурси, фінанси та культура організації. Метою цього аналізу є виявлення внутрішніх резервів для підвищення конкурентоздатності. Так, для виробництва аналізуються можливості зниження собівартості продукції, оцінюються виробничі потужності, ступінь їх природності та продуктивність, а також надається оцінка матеріальним запасам.

Таблиця 1

Алгоритм вибору конкурентної стратегії

Етап	Назва	Складові	Інструменти	Примітки
1	2	3	4	5
I	Аналіз ринку	1. Визначення меж галузевого ринку 2. Місткість ринку та доля основних конкурентів 3. Оцінка концентрації та диференціації ринку 4. Оцінка бар'єрів входу 5. Ступінь конкуренції 6. Аналіз 5 конкурентних сил	1. Оцінка виробництва аналогів продукції та товарів-субститутів 2. Розрахунок місткості ринку на основі обсягу виробництва, норми споживання, товарообороту продукції тощо 3. Оцінка концентрації ринку за допомогою індексу ентропії, Херфіндаля–Хіршмана, індексу концентрації, індексу Ханна–Кея, дисперсії середніх чисел тощо 4. Аналіз адміністративних, економічних, нормативних бар'єрів 5. Визначення основних характеристик ринку, їх типів (олігополія, монополія...) 6. Аналіз зовнішнього середовища прямого впливу (конкуренти, постачальники, споживачі, товари-субститути)	Цей аналіз дозволить оцінити реальну ситуацію на галузевому ринку та виявити його можливості, виявити основних конкурентів, тенденцію поведінки споживачів
II	Аналіз сильних та слабких сторін підприємства	1. Виробництво 2. Трудові ресурси 3. Фінанси	1. Аналіз можливостей зниження собівартості, оцінка виробничих потужностей, аналіз ефективності управління, можливість зниження матеріальних запасів 2. Оцінка рівня кваліфікації та ефективності підготовки, аналіз системи мотивації праці, плинності кадрів, ступеня участі персоналу у розподілі прибутків, оцінка організованості праці та культури організації 3. Оцінка наявності власних оборотних коштів, розміру валового прибутку, прибутку від операційної діяльності, чистого прибутку. Оцінка ліквідності підприємства, фінансової стійкості	На цьому етапі проводиться оцінка внутрішніх факторів ефективності діяльності підприємства, визначаються її сильні та слабкі сторони, а також можливі резерви для розвитку

Закінчення табл. 1

1	2	3	4	5
III	Аналіз конкурентних переваг	Порівняння характеристик власної продукції з аналогами-лідерами, враховуючи їх важливість для споживачів, а також порівняння показників ефективності діяльності підприємства, оцінки якості та номенклатури продукції, післяпродажного обслуговування	Побудова таблиць порівняння, що містять характеристики товарів та показники ефективності діяльності підприємства, на основі яких розраховується коефіцієнт конкурентоздатності	Дозволяє виявити основні конкурентні переваги та недоліки як продукції, так і підприємства порівняно з лідерами на ринку
IV	PEST-аналіз	Оцінка політичної, економічної, соціальної та технологічної складової зовнішнього середовища	Оцінка політичної стабільності в країні, аналіз стратегічної програми розвитку держави, рівня ВВП, інфляції, курсу валют, ставки рефінансування, рівня доходів населення, розрахунок коефіцієнта Джині, оцінка рівня життя в країні, тенденцій НДДКР, нових патентів, технологій тощо	На цьому етапі відбувається побудова матриць PEST-аналізу для оцінки зовнішнього середовища непрямого впливу
V	Складний SWOT-аналіз	Сильні сторони Слабкі сторони Можливості Загрози	На основі перших двох пунктів визначаються показники, які характеризують та відображають зовнішню ситуацію та встановлюється взаємозв'язок між цми полями	Будується SWOT-аналіз для систематизації та узагальнення попередніх результатів
VI	Матричний аналіз господарського портфеля	SPACE-аналіз Матриця McKinsey Модель ADL-LC Матриця BCG	На основі аналізу ринку будуються відповідні матриці, які дозволять визначити позиції підприємства та його конкурентів на ринку та спрогнозувати їх подальший розвиток	Графічна інтерпретація положення підприємства на ринку дозволить більш правильніше установити конкурентну стратегію
VII	Обґрунтування вибору конкурентної стратегії	Оцінка всіх можливих конкурентних стратегій на основі факторів зовнішнього середовища	Оцінюється вплив політичних, соціальних, технічних, економічних факторів на ефективність реалізації стратегії	Вибір конкурентної стратегії базується на вищенаведеній інформації

Аналіз трудових ресурсів має відображати рівень кваліфікації працівників та їх відданість компанії. Для цього аналізуються плинність кадрів, система мотивації, кар'єрного росту, навчання персоналу та культура організації.

Завдяки аналізу функціональної підсистеми фінансів визначаються фінансові можливості для розвитку. Таким чином, на основі аналізу цих функціональних підсистем визначаються слабкі та сильні сторони кожної з них.

Далі необхідно здійснити аналіз конкурентних переваг, як власних так і конкурентів. Для цього необхідно порівняти характеристики власних товарів, їх номенклатуру та сервісне обслуговування з товарами-аналогами на цьому ринку та розрахувати коефіцієнт конкурентоздатності. Також необхідно порівняти ефективність діяльності підприємства в цілому, щоб виявити конкурентні переваги у власних ресурсах. Четвертим етапом є оцінка зовнішнього середовища непрямого впливу за допомогою побудови PEST- аналізу. Ця інформація дозволить більш ефективно обрати конкурентну стратегію, що відповідатиме вимогам навколишнього середовища.

На п'ятому етапі будується складний SWOT-аналіз. Інформація, яка отримана на попередніх етапах, систематизується, упорядковується за важливістю та для наочності інтерпретується у SWOT-аналіз. На перетині сильних, слабих сторін та можливостей, загроз формулюються пропозиції щодо стратегічного розвитку підприємства.

Наступним етапом є матричний аналіз. Для узагальнення отриманої інформації будуються матриці McKinsey, ADL-LC та SPACE-аналіз. Матриця McKinsey відображає позиції підприємства, що базується на галузевій привабливості та конкуренції. Формування конкурентної стратегії має також враховувати стадію життєвого циклу товару, з цією метою доцільно використати матрицю ADL-LC. SPACE-аналіз відображає можливості вибору поведінки на ринку на основі виявлення сильних та слабких сторін підприємства. Отримані результати також дозволяють обрати ту чи іншу стратегію та визначити інвестиційну привабливість напрямку діяльності.

Останнім етапом є вибір конкурентної стратегії. На основі SWOT, PEST-аналізів, а також матриць BCG, McKinsey, ADL-LC формуються можливі конкурентні стратегії. Шляхом порівняння їх із критеріями досягнення, відповідності місії, творчому розвитку конкурентної стратегії здійснюється вибір конкурентної стратегії.

Отже, щоб забезпечити вихід української продукції на європейський рівень, необхідно, щоб вона була конкурентоздатною, а для цього необхідно сформувати чіткий механізм координації заходів, спрямованих на підвищення цього показника, що підтверджує важливість формування конкурентної стратегії для підприємства. З цією

метою було розроблено алгоритм вибору конкурентної стратегії, що складається з оцінки внутрішнього та зовнішнього середовища, аналізу конкуренто-спроможності продукції, узагальнення отриманої інформації за допомогою SWOT-аналізу та побудови матричного господарського портфеля підприємства та зазначено інструменти здійснення цих етапів.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Селезньова Г. О.

Література: 1. Рейтинг стран мира по среднедушевому ВВП в текущих ценах в 1980-2017 гг. по версии МВФ [Електронний ресурс] / BusinessForecast : офіц. сайт. – Режим доступу : http://businessforecast.by/partners/ratings/498. **2.** Уровень теневой экономики в 2012 году составил 45 % ВВП – Прасолов [Електронний ресурс] / УНІАН : информационное агентство. – Режим доступу : http://economics.unian.net/finance/791022-uroven-tenevoy-ekonomiki-v-2012-godu-sostavil-45-vvp-prasolov.html. **3.** Томпсон А. А. Стратегический мнеджмент : Искуство разработки и реализации стратегии : учеб. пособие / А. А. Томпсон, А. Дж. Стрикленд ; пер. с англ. под ред. Л. Г. Зайцева, М. И. Соколовой. – М. : ЮНИТИ, 1998. – 576 с. **4.** Котлер Ф. Основы маркетинга / Ф. Котлер, Г. Армстронг. – М. : ИД «Вильямс», 2003. – 120 с. **5.** Дуброва О. С. Процес розробки та реалізації конкурентної стратегії підприємства [Електронний ресурс] / О. С. Дуброва // Ефективна економіка. – 2010. – № 8. – Режим доступу : http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=274. **6.** Азоев Г. Л. Конкуренция: анализ, стратегия и практика / Г. Л. Азоев. – М. : ЦЭИМ, 2001. – 268 с. **7**. Миронов М. Г. Ваша конкурентоспособность / М. Г. Миронов. – М. : Альфа-Пресс, 2009. –160 с. **8**. Портер М. Конкурентное преимущество. Как достичь высокого результата и обеспечить его устойчивость / М. Портер. – М. : Альпина Бизнес Букс, 2005. – 715 с. **9.** Философова Т. Г. Конкуренция и конкурентоспособность : учеб. пособие / Т. Г. Философова. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2007. – 271 с. **10.** Куденко Н. В. Конкурентні стратегії : навч. посіб. / Н. В. Куденко. – Київ : Вид-во КНЕУ, 2011. – 204 с. **11.** Василенко В. І. Стратегічне управління підприємством : навч. посіб. / В. І. Василенко, Т. І. Ткаченко. – Київ : Центр навч. літ., 2004. – 356 с.

УДОСКОНАЛЕННЯ МЕТОДІВ СТИМУЛЮВАННЯ ПЕРСОНАЛУ ДЛЯ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ РОБОТИ ПІДПРИЄМСТВА

УДК 005.32:331.101.3

Скрипай А. С.

Студент 5 курсу
факультету обліку і аудиту ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Розглянуто матеріальні та нематеріальні методи мотивації робітників підприємства; обґрунтовано необхідність удосконалення наявних методів стимулювання персоналу, які застосовуються з метою стрімкого розвитку компаній, підвищення конкурентоспроможності, створення позитивного іміджу та покращення репутації підприємства в умовах ринкової економіки.*

Ключові слова: *ефективність, стимулювання, мотивація, результативність, платоспроможність, конкурентоспроможність.*

Аннотация. *Рассмотрены основные материальные и нематериальные методы мотивации работников; обоснована необходимость усовершенствование существующих методов стимулирования персонала предприятия, которые применяются с целью стремительного развития, повышения конкурентоспособности, создания позитивного имиджа и улучшения репутации предприятия в условиях рыночной экономики.*

Ключевые слова: *эффективность, стимулирование, мотивация, результативность, платежеспособность, конкурентоспособность.*

© Скрипай А. С., 2015

Annotation. *The article describes the main financial and non-financial methods of motivation of the workers, the necessity of improvement of existing methods of stimulation personnel applied for effective and rapid development, growth, increased competitiveness, creating a positive image and improve the reputation of the enterprise in the conditions of market economy.*

Keywords: *efficiency, incentives, motivation, productivity, solvency, competitiveness.*

Будь-яке підприємство чи то виробничої, чи то соціальної сфери намагається організувати та спрямувати свою діяльність так, щоб у подальшому досягти високих результатів.

Ефективність діяльності підприємства залежить від багатьох чинників. Одним із факторів, завдяки якому підприємство розвивається, стає соціально відповідальним, більш конкурентоспроможним на ринку, є стимулювання мотивації його персоналу.

Актуальність теми дослідження визначається тим фактом, що за допомогою впровадження та компонування ефективних методів стимулювання робітників збільшується випуск продукції, зменшується плинність кадрів, на підприємстві панує взаємоповага, порядок, корпоративний дух, основне призначення якого є оптимізація емоційного та соціального клімату в колективі та його згуртованість.

Проблема ефективного функціонування підприємства та підвищення мотивації до праці буде завжди знаходитися в центрі уваги. Адже коли у персоналу підприємства загальні та єдині інтереси, ціннісні орієнтації, одна мета і дії щододо неї, то безумовно, що успіх компанії гарантований.

Проблемам мотивації персоналу були присвячені праці таких вітчизняних і зарубіжних учених як Колонтаєвського О. [1], Декалюк О. [2], Матросова О. [3], Михайлика С. [3], Богині Д. [4], Грішнової О. [4], Маслоу А., Рофе А., Рунте Д.

Автори зазначають, що моральне та матеріальне стимулювання персоналу позитивно впливає на розвиток підприємства.

Під поняттям «стимулювання працівників» розуміється процес формування менеджерами мотивів у працівників за допомогою використання певних стимулів [1, с. 42]. Матеріальне стимулювання являється засобом забезпечення матеріальних потреб працюючих залежно від результатів їх колективної та індивідуальної праці через систему законодавчих, нормативних, економічних, соціальних та організаційних чинників і заходів, пов'язаних із виробництвом [2, с. 68].

Моральне стимулювання – це заохочення до високорезультативної роботи, які не видаються співробітнику у вигляді готівки чи безготівкових грошей, але можуть потребувати від підприємства інвестицій у якість робочої сили (тобто можливість розвитку і навчання, планування кар'єри, оздоровлення тощо.) [3, с.111].

Більшість учених-економістів вважають, що матеріальне стимулювання, хоча й несе за собою певні витрати, але воно того варте, адже цей метод мотивації спонукає працівників до досягнення індивідуальних цілей та головної мети підприємства, підвищує зацікавленість працівника до досягнення високого рівня продуктивності праці.

Під терміном «моральне стимулювання робітників» не усвідомлюється здійснення великих затрат, але здебільшого воно являється тим фактором, який приваблює висококваліфікованих спеціалістів саме до такого соціально відповідального підприємства.

Система мотивації персоналу є однією з важливих складових як системи управління персоналом в організації, так і системи безпеки підприємницької діяльності [3, с. 111].

Комфортні умови праці, шанобливе ставлення до працівників, похвала, нагороди, висока заробітна плата, компенсації та заохочення (наприклад, бонус у грошовому еквіваленті), можливість самореалізації та саморозвитку персоналу сприяють отриманню високого кінцевого результату діяльності підприємства [4, с. 216].

Мета дослідження полягає у підвищенні конкурентоспроможності, збільшенні обсягів виробництва і реалізації продукції, прибутковості продажів, підвищенні ефективності діяльності підприємства на основі урізноманітнення та впровадження сучасних методів стимулювання персоналу.

Завдання дослідження полягає у тому, щоб на основі проведених досліджень удосконалити та урізноманітнити способи, методи та прийоми стимулювання робітників, що буде позитивно впливати на загальні результати діяльності.

Об'єктом дослідження являється економічна діяльність підприємства виробничої сфери.

Предметом дослідження виступають методи та прийоми підвищення мотивації робітників підприємства з метою зростання ефективності його діяльності.

Успішність підприємства, його репутація, ефективність діяльності залежить від багатьох факторів. Такими чинниками є економічний та соціальний розвиток країни, регіону дислокації підприємства, платоспроможність потенційних клієнтів компанії, впровадження новітніх технологій, результативність діяльності персоналу та рівня його кваліфікації та ін. [5, с. 63].

Особливу увагу у процесі діяльності, розробки стратегії розвитку підприємства необхідно приділяти саме робітникам. Адже спеціалісти, які мають високий рівень кваліфікації, задоволені умовами праці, будуть працювати на благо підприємства і всебічно сприятимуть його розвитку.

На підприємствах сучасної України необхідно також застосувати зарубіжний досвід (США, Японії та інших країн), а саме на підприємстві виділити окрему кімнату для відпочинку, в якій все буде нагадувати рідний дім. Менеджери, робітники бухгалтерії, планового відділу, управлінський персонал, нагороджені відзнакою «Кращий робітник місяця» можуть відпочити в цій кімнаті близько 30 хвилин в день.

Для дисциплінованих, організованих, пунктуальних, працелюбних, активних, творчих співробітників слід розробити ефективну систему мотивації із застосуванням індивідуального підходу.

На наш погляд, для того щоб персонал підприємства з усією віддачою відносився до роботи, необхідно організаційно та психологічно підтримувати його, уникати надмірного втручання в роботу співробітника, допомагати працівнику у вирішенні проблем, використовувати методи похвали (застосовувати на підприємстві дошки пошани «Наша гордість», «Найкращий робітник», оголошувати подяки на загальних зборах, нагороджувати грамотами), влаштовувати походи кращим робітникам в осередки культури (музеї, театри тощо), організовувати корпоративні заходи.

Ці методи стимулювання працівників підприємства викликають почуття гордості за себе і підприємство (організацію чи установу), впевненості у завтрашньому дні, стабільності і росту по службових сходинках, дають наснагу на виконання своїх функціональних обов'язків, а також надають можливість творчо розвиватися, самореалізовуватися, присвячувати себе роботі.

Крім методів морального стимулювання, для ефективності діяльності підприємства, звичайно, що потрібно застосовувати, це матеріальне заохочення у вигляді високої заробітної плати, премій, надбавок, які будуть своєчасно і в повному розмірі виплачуватися.

Можна ввести на підприємстві моральне заохочення у вигляді додаткових днів до новорічних свят, коли протягом року співробітник не брав лікарняного. Також за високу результативність, креативність, добросовісне відношення до своїх обов'язків протягом 3 років працівнику буде надаватися право на участь у капіталі, звичайно, що це не буде велика сума, але працівник буде зацікавлений в ефективності діяльності підприємства, збільшенні обсягів виробництва та виходу продукції на міжнародний ринок.

До методів матеріального стимулювання можна запропонувати також введення відзнаки «Креативність та творчість підприємства». Сутність цього методу заключається в тому, що цією відзнакою та певною грошовою сумою буде нагороджуватися той співробітник, який або введе інновацію, або плідно допомагатиме в розробці інновації, або ж покаже себе як надзвичайно креативна особистість. Незважаючи на те, що це призведе до витрат, такий метод стимулювання робітників всебічно сприятиме розвитку підприємства.

Для того щоб діяльність персоналу підприємства була спрямована на досягнення високої результативності, доцільно розробити гнучку систему моральної та матеріальної мотивації, а саме використовувати індивідуальний підхід до кожного співробітника. Адже для однієї людини важлива насамперед висока заробітна плата, а для іншої – сприятливий клімат у колективі та відчуття значущості свого вкладу в процесі досягнення кінцевого результату. Тобто розробити так звану «сітку мотивації», в якій буде розміщуватися інформація про те, які методи матеріального і морального стимулювання існують на підприємстві і які кожен для себе обирає сам.

Наприклад, управлінський персонал, менеджери можуть обирати для себе стимулювання вільним часом, а спеціалісти – методи матеріального стимулювання і скласти для себе «Пакет стимулів». При цьому для набуття права користуватися цими стимулами буде розроблена система вимогів до працівників.

Висновки. Таким чином, у статті було розглянуто методику стимулювання діяльності персоналу та підібрано ефективну сукупність методів стимулювання персоналу підприємства, яка дозволяє досягти високих успіхів у сфері управління підприємством та виходу його на міжнародний ринок.

Економічна та соціальна ефективність діяльності підприємства залежить від багатьох аспектів, одним із яких є підвищення морального та матеріального стимулювання персоналу. На основі постійного поглиблення пізнання викриваються нові фактори, методи, прийоми підвищення результативності робітників.

Кожне соціально відповідальне підприємство, яке дійсно піклується про свою репутацію та позицію на ринку, ніколи не залишить осторонь фактори підвищення його конкурентоспроможності та створення позитивного іміджу, покращення репутації. Тому питання розвитку методології стимулювання персоналу завжди буде в центрі уваги і потребуватиме подальших досліджень. Звичайно, що потрібно знаходити нові способи та методи стимулювання працівників, які нестимуть за собою мінімальні витрати і будуть спрямовані на досягнення максимального результату. Менеджмент вітчизняних підприємств в умовах сьогодення якраз і спрямований на вирішення цього питання.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Писарчук О. В.

Література: 1. Колонтаевский О. П. Мотивы и стимулы трудовой деятельности персонала / О. П. Колонтаєвський // Вісник Міжнародного Слов`янського університету. – 2006. – № 6. – С. 42–44. **2.** Декалюк О. В. Еколого-економічні механізми управління промисловим підприємством : монографія / О. В. Декалюк. – Хмельницький : Тріада-М, 2008. – 202 с. **3.** Матросов О. Д. Моральне та матеріальне стимулювання праці / О. Д. Матросов, С. В. Михайлик // Вісник національного технічного університету „Харківський політехнічний інститут". Серія: Технічний прогрес і ефективність виробництва. – 2013. – № 22 (995). – С. 110–113. **4.** Богиня Д. П. Основи економіки праці : навч. посіб. / Д. П. Богиня, О. А. Грішнова. – Київ : Знання-Прес, 2001. –313 с. **5.** Юкіш В. В. Застосування матеріальних і нематеріальних методів мотивації лідерства на різних рівнях управління / В. В. Юкіш // Інноваційна економіка. – 2009. – № 8. – С. 62–66.

ОСОБЛИВОСТІ ОБЛІКУ ФЕРМЕРСЬКИХ ГОСПОДАРСТВ

УДК 631.162

Славгородська А. В.

Студент 3 курсу
факультету обліку і аудиту ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Розглянуто організацію обліку у фермерських господарствах. Виявлено їх особливості, відмінності та причини їх виникнення. До розглянутих особливостей віднесено: формування фінансового результату, сплату єдиного податку. Запропоновано заходи для удосконалення обліку у фермерських господарствах.*

Ключові слова: *фермерське господарство, єдиний податок, єдиний соціальний внесок, сільськогосподарська продукція.*

Аннотация. *Рассмотрена организация учета в фермерских хозяйствах. Выявлены особенности, отличия и причины их возникновения. К рассмотренным особенностям отнесены: формирование финансового результата, оплата единого налога. Предложены меры по совершенствованию учета в фермерских хозяйствах.*

Ключевые слова: *фермерское хозяйство, единый налог, единый социальный сбор, сельскохозяйственная продукция.*

Annotation. *We consider the organization of accounting on farms. Identified their characteristics, differences and their causes. By The features include: formation of financial results, payment of the single tax. The measures for improvement of accounting on farms.*

Keywords: *farming, single tax, single social tax, agricultural products.*

Ринкові перетворення в економіці країни зумовили формування багатоскладної системи господарювання в аграрному секторі, де поряд із державними, приватними підприємствами почали розвиток фермерські господарства. Специфіка цих агроутворень створює певні особливості в організації, які притаманні тільки їм, та дає змогу проведення обліку та контролю. Необхідність обліку у фермерських господарствах зумовлена тим, що є потреба в інформації про наявне в господарстві майно, обсяги виробництва продукції, доходи і витрати, а також потреба надавати до державних установ інформацію про результати фінансово-господарської діяльності [1; 2].

Питання виникнення та розвитку фермерських господарств, а також їх місце в аграрному секторі економіки країни розглядали у своїх працях В. П. Горьовий, *Л.* Ю. Мельник, М. Ф. Огійчук, П. Т. Саблук, М. Я. Дем'яненко, С. В. Скрипник, С. П. Азізов, *Л.* О. Мармуль, В. В. *Л*ипчук, П. М. Макаренко, П. С. Березівський та ін.

Метою дослідження є розкриття особливостей організації обліку у фермерських господарствах.

© Славгородська А. В., 2015

Відповідно ст. 1 до Закону України "Про фермерське господарство" від 19.06.2003 № 973-IV фермерське господарство – це форма підприємницької діяльності громадян зі створенням юридичної особи, які виявили бажання виробляти товарну сільськогосподарську продукцію, займатися її переробкою та реалізацією з метою отримання прибутку на земельних ділянках, наданих їм для ведення фермерського господарства [3].

Проблеми фермерських господарств і їх організаційної діяльності такі:

1) відсутній єдиний метод розрахунку економічних показників: виручки, витрат, прибутку тощо;

2) велика кількість операцій та облікових реєстрів, що має вплив на трудоємкість обліку;

3) витрати, які не можливо контролювати на віддалених ділянках обліку (наприклад поля), так як функції обліку виконують люди, які не мають професійних знань;

4) несвоєчасне проведення інвентаризації, а саме один раз у кінці року, коли на складах фермерських господарств найбільше продукції [4, с. 114].

Удосконалити та поліпшити ведення обліку фермерських господарств можна, якщо вжити таких заходів:

1. У фермерських господарствах доречно змінити загальноприйнятий порядок проведення інвентаризації. Якщо враховувати всі особливості фермерства, інвентаризацію всіх товарно-матеріальних цінностей слід проводити один раз на рік – а саме 1 липня поточного року. Так як у цей період найменш усього запасів сільськогосподарської продукції урожаю минулого року.

2. Загальна чисельність ферм не має таких витрат, які можна було б віднести до майбутніх періодів. Отже, не виникає потреби вести рахунок 39 «Витрати майбутніх періодів». У випадках, коли фермерське господарство має передплату на періодику або бере до оренди основні засоби іншого підприємства, то питома вага цих витрат настільки мала, що їх можна відносити на витрати виробництва.

3. Важливе значення має роль контролю та аналізу за використанням виробничих витрат, що дає можливість групувати витрати,, так як потребує аналіз, а отже впливати на фінансові результати фермерського господарства.

4. Окремі положення Методичних рекомендацій із організації та ведення бухгалтерського обліку в селянських (фермерських) господарствах, слід переглянути та уточнити, бо вони були прийняті тоді, коли не було чіткого відокремлювання фермерських та особистих селянських господарств.

Відповідно до Податкового кодексу України [5] до переліку платників єдиного соціального внеску членів фермерських та особистих селянських господарств не відносять, проте вони мають право на добровільну сплату єдиного внеску.

Фіксований сільськогосподарський податок замінили на єдиний податок (було створено спеціальну 4 групу єдиного податку саме для таких платників податків).

У 4-ту групу платників єдиного податку входять сільськогосподарські товаровиробники, у яких частка сільськогосподарського товарного виробництва за попередній податковий (звітний) рік дорівнює або перевищує 75 % [5].

Для 4-ї групи єдиним податком обкладаються угіддя, права власності та користування, які оформлено і зареєстровано згідно із законодавством.

Підстава нарахування єдиного податку для 4-ї групи – дані Держземкадастру та / або дані з Держреєстру речових прав на нерухоме майно.

Ставки єдиного податку 4-ї групи: для ріллі, сіножатей і пасовищ – 0,45 %, а для гірських зон і поліських територій – до 0,27 %; для багаторічних насаджень – 0,27 %, а для гірських зон і поліських територій – 0,09 %; для земель водного фонду – 1,35 %.

Для обчислення суми єдиного податку четвертої групи береться поточна нормативна грошова оцінка землі з урахуванням коефіцієнтів індексації [5].

Отже, особливості ведення бухгалтерського обліку у фермерських господарствах залежать від: форми обліку, особливостей фермерських господарств, виду діяльності. Питання поліпшення окремих форм обліку залежносто від напрямку спеціалізації, обсягів виробництва та реалізації продукції залишаються не вирішеними. Тому досить вагомим є посилений контроль обліку фермерського господарства та удосконалення обліку у фермерських господарствах.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Пасенко Н. С.

Література: 1. Сук П. Л. Облік виробництва і реалізації продукції в сільськогосподарських підприємствах: методологія і практика : автореф. дис. ... канд. екон. наук : 08.00.09 / Сук Петро Леонідович. – Київ, 2009. – 43 с. **2.** Коваль О. В. Особливості обліку у фермерських господарствах / О. В. Коваль, В. Ю. Козак // Економічні науки. –

2012. – № 4. – С. 102–105. **3.** Про фермерське господарство [Електронний ресурс] : Закон України від 19.06.2003 № 973-IV. – Режим доступу : http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/973-15. **4.** Сокіл О. Г. Нормативно-регуляторні аспекти сучасного обліку сільськогосподарських підприємств / Сокіл О. Г. // Економічні науки. – 2012. – № 4. – С. 108–114. **5.** Податковий Кодекс України [Електронний ресурс] : Закон України від 02.12.2010 № 2755-VI. – Режим доступу : http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/2755-17.

ПОДАТКОВА СОЦІАЛЬНА ПІЛЬГА У 2014 РОЦІ: ПРАВИЛА ЗАСТОСУВАННЯ

УДК 336.564.2

Собакар М. В.

Студент 3 курсу
факультету обліку і аудиту ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Розглянуто поняття податкової соціальної пільги з податку на доходи фізичних осіб. Проаналізовано теоретичні та практичні аспекти застосування податкових соціальних пільг. Надано рекомендації щодо удосконалення застосування податкових соціальних пільг при розрахунку податку на доходи фізичних осіб.*

Ключові слова: *податкова соціальна пільга, податок на доходи фізичних осіб, заробітна плата, дохід, платник податку, граничний розмір доходу.*

Аннотация. *Рассмотрено понятие налоговой социальной льготы по налогу на доходы физических лиц. Проанализированы теоретические и практические аспекты применения налоговых социальных льгот. Даны рекомендации по совершенствованию применения налоговых социальных льгот при расчете налога на доходы физических лиц.*

Ключевые слова: *налоговая социальная льгота, налог на доходы физических лиц, заработная плата, доход, налогоплательщик, предельный размер дохода.*

Annotation. *The article deals with the concept of tax benefits from tax on personal income. Theoretical and practical aspects of the tax benefits was analyzed. There was the recommendations for improving the application of the tax benefits when calculating the tax on personal income.*

Keywords: *social tax benefit, tax on personal income, wages, income, taxpayer, income limit.*

Кожний громадянин, який є працівником бюджетної установи, є платником податку на доходи фізичних осіб. Ставки податку на прибуток становлять 15 % та 17 %. Проте для окремих категорій громадян існує можливість платити меншу суму податку на доходи фізичних осіб. Така можливість є завдяки застосуванню податкової соціальної пільги.

Податкова соціальна пільга (далі – ПСП) не нове поняття в податковому законодавстві, але все одно у бухгалтерів досить часто виникають питання щодо правильності її застосування. Із прийняттям Податкового кодексу України (далі – ПКУ) змінились деякі норми щодо застосування ПСП, які раніше були визначенні Законом України «Про податок з доходів фізичних осіб» та до яких вже звикли бухгалтери. Тому не завадить нагадати про порядок застосування ПСП: коло осіб, яким вона надається, до яких доходів застосовується та якими документами оформлюється.

Багато вчених займалися проблемами пільгового оподаткування та його практичного застосування на протязі дуже довгого проміжку часу, серед них чимало українських учених: В. Буряківський, В. Гурєєв, Ю. Іванов, Ю. Коваленко, М. Кучерявенко, П. Мельник, А. Началов, Т. Паєнтко, О. Підлісна, А. Скрипник, В. Федоров, Т. Яроцька та ін.

Метою статті є дослідження теоретичних основ і практичних аспектів застосування податкових соціальних пільг під час розрахунку податку з доходів фізичних осіб.

© Собакар М. В., 2015

ПСП – сума, на яку платник податку на доходи фізичних осіб має право зменшити свій загальний місячний оподатковуваний дохід у вигляді заробітної плати від одного роботодавця.

Виплати за листками непрацездатності з метою оподаткування податком на доходи фізичних осіб прирівнюються до заробітної плати і враховуються при визначенні граничної суми доходу, що дає право на отримання ПСП. Зазначені суми включаються до складу місячного оподатковуваного доходу платника податку й оподатковуються з урахуванням норм п. 164.6 ст. 164 ПКУ.

Відповідно до пп. 169.4.1 п. 169.4 ст. 169 ПКУ податкова соціальна пільга застосовується до доходу, нарахованого на користь платника податку протягом звітного податкового місяця як заробітна плата (інші прирівняні до неї згідно із законодавством виплати, компенсації та винагороди), якщо його розмір не перевищує суми, що дорівнює розміру місячного прожиткового мінімуму, що діє для працездатної особи на 1 січня звітного податкового року, помноженого на 1,4 та округленого до найближчих 10 грн. Ця сума називається граничним розміром доходу [1].

Розрахуємо розмір граничного доходу для застосування ПСП на 2014 рік. Розмір прожиткового мінімуму на 1 січня 2014 року дорівнює 1218,00 грн (його розмір встановлено Законом України «Про Державний бюджет України на 2014 рік» від 16.01.2014 № 719-VII.). Розмір граничного доходу складає 1218,00 × 1,4 = 1705,2. Округляємо і отримуємо 1710 грн [2].

Оскільки прожитковий мінімум для працездатних осіб на 1 січня 2014 р. становить 1218 грн, то з урахуванням зазначеного положення протягом 2014 р. розмір ПСП становить 609,00 грн.

Сума 609,00 грн є податковою соціальної пільгою у розмірі 100 %. Але окремі категорії платників податку на доходи фізичних осіб мають право на застосування ПСП у розмірі 150 % та 200 %. Такі категорії робітників указані в ст. 169 ПКУ. В таких випадках ПСП становить 609,00 × 150% / 100 = 913,5 грн або 609,00 × 200 % / 100 = 1218,00 грн.

Застосування ПСП на дітей також має свої особливості. Особливість надання ПСП на дітей полягає насамперед в особливому механізмі визначення граничного розміру заробітної плати для застосування пільги. Так, для платників податку на доходи фізичних осіб, які утримують двох чи більше дітей віком до 18 років або є одинокою матір'ю (батьком), вдовою (вдівцем), опікуном, піклувальником або утримує дитину-інваліда, граничний розмір доходу визначається як добуток суми граничного розміру доходу та відповідної кількості дітей. ПСП розраховується на кожну дитину у розмірі, 100 % ПСП, тобто 609,00 х кількість дітей до 18 років.

Детальний розгляд особливостей застосування ПСП на дітей у 2014 році наведено в табл. 1 [3].

Таблиця 1

Застосування ПСП на дітей

Категорія платників	Розмір ПСП у 2014 році	Граничний розмір доходу, що дає право на ПСП у 2014 році
Батьки виховують двох дітей віком до 18 років	609,00 на кожну дитину віком до 18 років	Для одного з батьків – 1710 × 2 дітей, для другого – 1710 грн
Батьки виховують двох дітей віком до 18 років, один із яких є інвалідом	ПСП на здорову дитину (609,00) + ПСП на дитину-інваліда (913,50 грн)	Для одного з батьків – 1710 × 2 дітей, для другого – 1710 грн
Одинока мати виховує двох дітей віком до 18 років, один із яких є інвалідом	913,50 × 2 дітей Платник має пільгу за двома підставами: як одинока мати та як особа, що утримує дитину-інваліда, з яких обираємо більшу, тобто як одинока мати	1710,00 × 2 дітей
Жінка має двох дітей і перебуває у цивільному шлюбі	913,50 × 2 дітей Жінка, яка не перебуває у зареєстрованому шлюбі, вважається одинокою матір'ю	1710,00 × 2 дітей
Батько має двох дітей, але не проживає з ними	609,00 на кожну дитину віком до 18 років	1710,00 або 1710,00 × 2 дітей (якщо дружина при одержанні ПСП за своїм місцем роботи не користується правом на збільшення граничного доходу відповідно до кількості дітей)
Батько має двох дітей (один із яких є інвалідом), але не проживає з ними	609,00 на здорову дитину + ПСП на дитину-інваліда (913,50 грн)	1710,00 або 1710,00 × 2 дітей (якщо дружина при одержанні ПСП за своїм місцем роботи не користується правом на збільшення граничного доходу відповідно до кількості дітей)

Існують обмеження щодо застосування ПСП. Нормами Податкового кодексу наведено кінцевий перелік доходів фізичних осіб, до яких податкова соціальна пільга не може бути застосована, а саме до:

– доходів платника податку інших, ніж заробітна плата;

– заробітної плати, яку платник податку протягом звітного податкового місяця отримує одночасно з доходами у вигляді стипендії, грошового чи майнового (речового) забезпечення учнів, студентів, аспірантів, ординаторів, ад'юнктів, військовослужбовців, що виплачуються з бюджету;

– доходу самозайнятої особи від провадження підприємницької діяльності, а також іншої незалежної професійної діяльності.

Підставою для отримання платником податків податкової соціальної пільги є подання роботодавцю заяви про самостійне обрання місця застосування податкової соціальної пільги та документів, що підтверджують таке право. ПСП застосовується до нарахованого платнику податку місячного доходу у вигляді заробітної плати тільки за одним місцем його нарахування (виплати). При цьому, якщо платник податків має кількох роботодавців, він на свій розсуд обирає найвигідніше місце застосування ПСП до заробітної плати, незважаючи на те, де в нього знаходиться трудова книжка [4].

Згідно з Постановою № 1227 платник податку подає роботодавцю заяву про обрання місця застосування ПСП за встановленою Державною податковою службою формою. При цьому застосовується форма заяви про застосування пільги, що була встановлена наказом ДПА України від 30.09.03 року № 461 "Щодо затвердження форм заяв і повідомлення з питань отримання (застосування) податкової соціальної пільги, а також порядку інформування платників податку" [5].

Податкова соціальна пільга починає застосовуватися до нарахованих доходів у вигляді заробітної плати з дня отримання роботодавцем заяви платника податку про застосування пільги та документів, що підтверджують таке право.

Якщо працівник має право на пільгу в розмірі 100 % на дітей, в розмірі 150 % або 200 %, разом із заявою необхідно подати відповідні підтверджуючі документи. Перелік таких документів для кожної окремої категорії платників визначено Постановою КМУ №1227 [5].

Для державних службовців пільга застосовується під час нарахування доходів та до завершення нарахування таких доходів без подання відповідних заяв, але з поданням підтвердних документів для встановлення розміру пільги.

Слід також сказати, що відповідно до п. 169.3.4 Податкового кодексу податкова соціальна пільга застосовується у місяці звільнення працівника з роботи. Це суттєва зміна у порядку застосування пільги порівняно з періодом дії старого Закону «Про податок з доходів фізичних осіб», згідно з яким у місяці звільнення працівника з роботи пільга не застосовувалася [6].

Але все одно ПСП в Україні має свої недоліки. ПСП були передбачені для зниження податкового тиску на доходи малозабезпечених громадян. Однак існують великі обмеження, тому ПСП зазвичай застосовується до вузького кола платників.

Так, установлений граничний дохід у 1710 грн аж ніяк не спрямований на захист малозабезпечених громадян. У разі перевищення місячної заробітної плати понад установлений розмір питання щодо надання ПСП не розглядається незалежно від категорії платника податку. Тобто, якщо нарахована заробітна плата, наприклад, 1750 грн, то ні звичайний платник податку, ні інвалід, ні одинока мати (батько), ні інші категорії уже не матимуть права на ПСП. Виняток становлять лише особи, які утримують двох чи більше дітей віком до 18 років. Однак і тут треба звернути увагу, що скористатися таким збільшеним граничним розміром ПСП може лише один із батьків.

Для вирішення цієї проблеми необхідно або збільшити коефіцієнт для визначення граничного доходу, або підняти прожитковий мінімум. Адже в сучасних умовах такий його розмір зовсім не відповідає потребам населення і не захищає малозабезпечених громадян. Сподіваємось, що наша влада візьме до уваги це питання і в Законі України про державний бюджет на 2015 рік будуть прийняті положення щодо зміни прожиткового мінімуму, що зможе збільшити і граничний розмір доходу для застосування ПСП.

Отже, податкова соціальна пільга дає можливість зменшити розмір оподатковуваного доходу, а тому і розмір податку на прибуток із фізичних осіб, а отже, збільшити так звану «чисту» заробітну плату. Але потрібно вирішувати всі недоліки законодавства щодо ПСП та приділяти увагу проблемам оптимізації системи ПСП в оподаткуванні доходів фізичних осіб з метою покращення існуючого механізму їх застосування.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Кудіна О. М.

Література: 1. Податковий кодекс України : Закон України від 02.12.2010 № 2755-IV // Відомості Верховної Ради України. – 2011. – №13–14, № 15–16, № 17. **2.** Про Державний бюджет України на 2014 рік [Електронний ресурс] : Закон України від 16.01.2014 № 719-VII. – Режим доступу : http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/719-18. **3.** Уланова О. ПСП на дітей: застосовуємо правильно / О. Уланова // Баланс-бюджет. – 2013. – № 12. **4.** Про затвердження Порядку подання документів для застосування податкової соціальної пільги [Електронний ресурс] :

Постанова Кабінету міністрів України від 29.12.10 № 1227. – Режим доступу : http://zakon4.rada.gov.ua/laws /show/1227-2010-%D0%BF. **5.** Щодо затвердження форм заяв і повідомлення з питань отримання (застосування) податкової соціальної пільги, а також порядку інформування платників податку [Електронний ресурс] : Наказ Державної податкової служби від 30.09.03 № 461. – Режим доступу : http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/z0929-03 . **6.** Про податок з доходів фізичних осіб [Електронний ресурс] : Закон України від 22.05.2003 № 889-IV. – Режим доступу : http://zakon1.rada.gov.ua/laws/anot/889-15.

РОЗВИТОК МАРКЕТИНГОВИХ ДОСЛІДЖЕНЬ В УКРАЇНІ

УДК 339.13.017

Собакар М. В.

Студент 3 курсу
факультету обліку і аудиту ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Розглянуто розвиток ринку маркетингових досліджень України, сучасні тенденції маркетингу в Україні та його основні характеристики. Також проаналізовано перспективи розвитку маркетингових досліджень у нашій країні та основні проблеми, які можуть йому завадити.*

Ключові слова: *маркетингові дослідження, ринкові перетворення, ринок досліджень, розвиток, підприємництво, тенденції.*

Аннотация. *Рассмотрено развитие рынка маркетинговых исследований Украины, современные тенденции маркетинга в Украине и его основные характеристики. Также проанализированы перспективы развития маркетинговых исследований в нашей стране и основные проблемы, которые могут ему помешать.*

Ключевые слова: *маркетинговые исследования, рыночные преобразования, рынок исследований, развитие, предпринимательство, тенденции.*

Annotation. *The article deals with the development of market research Ukraine, modern marketing trends in Ukraine and its main characteristics. Also was examined prospects of market research in our country and the main issues that may prevent it.*

Keywords: *marketing research, market reforms, market research, development, business, trends.*

Успішне ведення бізнесу в сучасних умовах неможливе без адаптації до постійних змін ринкових умов, які характеризуються динамічністю і непередбачуваністю. При цьому основним засобом адаптації до змін у ринковому середовищі виступають своєчасні та обґрунтовані управлінські рішення, які базуються на повній, достовірній та своєчасній інформації. У свою чергу, засобом отримання необхідної інформації є маркетингові дослідження, які являються одним із найважливіших факторів розвитку та забезпечення стабільного функціонування підприємства в довгостроковій перспективі.

Актуальність цієї теми полягає в тому, що сучасні перенасичені товарами ринки характеризуються гострою конкуренцією, саме тому маркетингова діяльність підприємств на ринках має починатися з маркетингових досліджень.

Питанням сучасного розвитку маркетингу присвячено чимало праць відомих вітчизняних та зарубіжних учених, зокрема: О. Б. Звягінцева, А. В. Череп, Т. С. Абліцова, С. В. Близнюк, П. Г. Хоменко, І. В. Лилик, В. П. Пилипенко.

Мета статті полягає в дослідженні розвитку маркетингових досліджень в Україні як одного з важливих факторів діяльності підприємств, визначенні перспектив і проблем маркетингу на території нашої держави.

Об'єктом дослідження є ринок маркетингових досліджень України.

© Собакар М. В., 2015

Ігнорування маркетингових засад у практичній діяльності неодмінно призводить до втрати конкурентних позицій підприємства та прихильності його споживачів, і як результат – до зниження обсягів продажу та прибутковості. Інструментарій маркетингу застосовується в різних галузях економіки, у різних сферах бізнесу, тому маркетинг є сьогодні філософією бізнесу [5].

В розвинутих країнах маркетингові дослідження стали обов'язковим пунктом, що потребує виконання, в діяльності організацій при досягненні поставлених цілей. Про важливість ринкових досліджень свідчить, для прикладу, той факт, що у США їх регулярно проводять більше 90 % промислових компаній та фірм сфери послуг, у ФРН і Великій Британії – близько 75 %. Так, для порівняння, в Україні не більш ніж 15 % великих підприємств і фірм використовують результати маркетингових досліджень у своїй діяльності [4].

Ринок маркетингових досліджень в Україні зародився ще у період Радянського Союзу, точніше у 80-х роках, коли тільки почалися ринкові перетворення. Зародження і розвиток маркетингових досліджень в Україні визначалися кількома обставинами. У Радянському Союзі був відсутній досвід проведення інтерв'ю взагалі, а те, що радянські соціологи називали інтерв'ю, було самозаповненням опитувальної анкети у присутності анкетера. Крім того, була відсутня методологія побудови вибірки, репрезентативної для України.

Зародження маркетингових досліджень в Україні пов'язане зі створенням 2 дослідницьких компаній – КМІСу (Київський міжнародний інститут соціології) і СОЦІСу.

КМІС виник у 1991 р., а в 1992 р. залучив американського співвласника і став першою приватною дослідницькою україно-американською компанією в Україні.

Дослідницька група, що згодом стала СОЦІСом, виникла в 1988 р. як філія ВЦІОМ й у 1993 стала самостійною організацією з назвою СОЦІС. Створення цих двох компаній, які спочатку здійснювали переважно політичні дослідження, було важливою передумовою розвитку галузі. Але головний поштовх подальшому розвитку дали закордонні замовлення.

Крім закордонних замовлень, істотним стимулом розвитку методології було співробітництво з провідними західними експертами. Для КМІСу це був спільний проект з одним із найбільш відомих американських соціологів Мелвіном Коном і співробітництво з відомим методологом, тогочасним співвласником КМІСу Майклом Сваффордом. У 1993 р. М.Сваффорд одержав спільний з Л. Кішем грант на розробку методології побудови вибірок у колишньому СРСР, у тому числі й для України, тому з 1994 р. якість вибірки КМІСу стала цілком відповідати світовим стандартам [2].

Що ж стосується самоорганізації дослідницької галузі в Україні, то йдеться насамперед про "Українську Асоціацію Маркетингу" (УАМ), яка в 1998 р. одержала статус всеукраїнської громадської організації. УАМ поєднала маркетингові дослідницькі агенції, консалтингові фірми, контакт-центри, виставкові компанії, рекламні агенції, компанії-розроблювачі програмного забезпечення для маркетологів, а також викладачів вищих навчальних закладів, а в останній час – і маркетологів підприємств-товаровиробників та операторів ринків. Кількість дослідницьких агенцій-членів УАМ складає понад 80 % гравців на цьому ринку [7].

Часто саме на маркетингу виробники вирішують заощадити. Звичайно ж, замовнику не байдуже, скільки коштуватимуть роботи зі створення торгової марки або маркетингові дослідження, як швидко вони виправдають вкладення та за рахунок чого. У західноєвропейських країнах, наприклад, витрати компаній на проведення маркетингових досліджень складають в середньому 0,6 % вартості реалізованої продукції. Українські бюджети значно скромніші [3].

Але все-таки слід зазначити, що за останні роки маркетингові дослідження все більше визнаються як реально діючий інструмент визначення можливостей розвитку бізнесу та оцінки результатів маркетингової діяльності.

Український ринок маркетингових досліджень спеціалізується на бізнес-дослідженнях і соціологічних дослідженнях, значну частину яких складають політичні. Слід зазначити, що темпи становлення служб маркетингових досліджень і організації цих робіт у країні за останні роки були дуже інтенсивними.

На сьогодні в Україні створена інфраструктура служб маркетингових досліджень. Найбільш відомі з них „СОЦИС-ГЭЛЛАП", Київський міжнародний інститут соціології, USM (Українські опитування і дослідження ринку), УМГ (Українська маркетингова група). Інтенсивно іде процес становлення служб маркетингових досліджень у регіонах: „СОЦИО-МАРКЕТ" Дніпропетровськ, Харків. Випускаються спеціальні видання, що періодично висвітлюють їх результати [6].

В наш час ринок маркетингових досліджень існує на основі своїх стандартів, критеріїв та досвіду роботи. Розвиток ринкових відносин в Україні загалом та зростання конкурентоспроможності окремих галузей привели до того, що підприємства все частіше користуються результатами маркетингових досліджень.

Розглянемо динаміку ринку маркетингових досліджень в Україні (табл. 1). До 2008 р. ринок досліджень стабільно зростав, показуючи середні темпи зростання в межах 20–30 %. У 2009–2010 рр. падіння ринку було досить значне. Лише у 2011 р. ринок відновив позитивну динаміку, а у 2012 р. ринок показав значні темпи зростання (+26,7 %) та досяг в абсолютних величинах докризового значення. 2013 р. виявився роком повільного зростання (+8,4%) [1].

Таблиця 1

Експертна оцінка УАМ обсягу ринку маркетингових досліджень у 2003–2013 рр.

Рік	Обсяг ринку		Зростання / падіння, %
	$ млн	млн грн (згідно з курсом відповідного року)	
2003	14,6	77,30	-
2004	19,5	100,00	+34
2005	24,8	127,00	+27
2006	33,5	169,00	+35
2007	41,5	212,00	+31
2008	55,00	275,00	+18
2009	45,0	304,00	-22
2010	40,5	324,00	-10
2011	44,4	354,60	+10
2012	56,95	449,24	+26,7
2013	60,8	487,1	+8,4

На думку провідних маркетологів України, перспективи ринку маркетингових досліджень украй непевні. Багато що залежатиме від розвитку політичної ситуації у країні й готовності учасників ринків інвестувати у маркетинговий супровід свого бізнесу. За оптимістичного сценарію розвитку обсяги досліджень залишаться на рівні минулого року. За песимістичного – нас чекатиме чергова хвиля кризи з усіма наслідками, що з неї випливають, за зразком 2009–2010 рр [1].

Крім цього, існує низка проблем, що перешкоджають розвитку ринку маркетингових досліджень. Проблеми маркетингових досліджень в Україні, як і в інших постсоціалістичних країнах, мають свої особливості. На відміну від Західних країн, у яких бізнес, підприємництво послідовно пройшли два основні підходи до формування і дії ринкових механізмів («ринок продавця» і «ринок покупця»), наша економіка у процесі ринкових реформ опинилася в досить специфічному стані [6].

До найбільш суттєвих проблем розвитку маркетингових досліджень в Україні можна віднести:

- рівень розвитку економіки в цілому;
- відсутність зацікавленості з боку керівництва і нерозуміння необхідності проведення маркетингових досліджень;
- нестача досвіду у правильності використання результатів досліджень;
- відсутність необхідної інформації про ринок маркетингових досліджень;
- висока вартість;
- наявність сумнівів щодо результатів дослідження;
- недостовірність, неточність одержуваних даних;
- регулярні відмови респондентів брати участь у дослідженні.

Слід зазначити недостатньо високий кваліфікаційний рівень кадрового забезпечення цієї сфери. Компаніям потрібні люди, які б поєднували в собі дві функції, що досить рідко властиві одній людині. Перша функція – ефективний менеджмент, зокрема уміння працювати з клієнтом; друга – аналітичні здібності, тобто уміння працювати з даними, вдумливість, спокій, бачення тенденцій [4].

Не всі керівники підприємств України до кінця розуміють доцільність проведення маркетингових досліджень. Через недовіру до їх результатів керівники замовляють дослідницьким компаніям лише польовий етап, а планування й аналіз здійснюють самі. Проте невміння правильно використовувати результати досліджень призводить до негативних наслідків, тому більшість замовників дедалі частіше очікують на виході не просто базової інформації, а дієвих рішень, що будуть здатні допомогти у досягненні цілей їх компаній [2].

Отже, розвиток ринкових відносин в Україні в цілому та підвищення конкурентоспроможності окремих галузей призвели до того, що підприємства все частіше використовують результати маркетингових досліджень під час прийняття управлінських рішень. Спостерігаються високі темпи зростання українського дослідницького ринку, поступово підвищується професіоналізм замовників і виконавців; має місце тенденція до спеціалізації і диференціації дослідницьких агенцій. На ринку маркетингових досліджень необхідним є звертання уваги на наявні проблеми та цілеспрямованість до їх вирішення, що дозволить під час проведення таких досліджень приймати правильні рішення, що збільшить продуктивність та в подальшому прибутковість як замовників так і виконавців.

Науковий керівник – викладач Кузнєцов О. В.

Література: 1. Лилик І. В. Ринок маркетингових досліджень в Україні 2013 р.: експертна оцінка та аналіз УАМ / І. В. Лилик // Маркетинг в Україні. – 2014. – № 1. – С. 4–26. **2.** Пилипенко В. М. Ринок маркетингових досліджень: становлення і проблеми розвитку / В. М. Пилипенко // Маркетинг в Україні. – 2005. – № 5. – С. 16–20. **3.** Длігач А. Тенденції розвитку маркетингу в Україні / А. Длігач // Маркетинг в Україні. – 2005. – № 1. – С. 35–37. **4.** Близнюк С. В. Маркетинг в Україні: проблеми становлення та розвитку / С. В. Близнюк. – Київ : Політехника, 2009. – 400 с. **5.** Хоменко П. Г. Сучасні тенденції розвитку маркетингу / П. Г. Хоменко // Актуальні проблеми економіки. – 2010. – № 12. – С. 123–133. **6.** Бєлова Т. Г. Маркетингові дослідження / Т. Г. Бєлова. – Київ : НУХТ, 2010. – 131 с. **7.** Лилик І. В. Маркетингові дослідження в Україні: ринок зростає! / І. В. Лилик // Маркетинг в Україні. – 2004. – № 2. – С.4–5.

РЕСУРСОЗБЕРЕЖЕННЯ ЯК ФАКТОР ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВА

УДК 658.26

Сорокотяженко К. С.

Студент 4 курсу
факультету економіки і права ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Досліджено наявні погляди на економічну сутність поняття «ресурсозбереження». Розглянуто особливості ресурсозбереження як напряму підвищення ефективності функціонування підприємства та проведено дослідження інтегральних показників, що характеризують ефективність використання ресурсів підприємства.*

Ключові слова: *ресурси, ресурсозбереження, витрати, метод господарювання, економія, ресурсоємність, прибуток, ефективність.*

Аннотация. *Исследованы существующие взгляды на экономическую сущность понятия «ресурсосбережение». Рассмотрены особенности ресурсосбережения как направления повышения эффективности функционирования предприятия и проведено исследование интегральных показателей, которые характеризуют эффективность использования ресурсов предприятия.*

Ключевые слова: *ресурсы, ресурсосбережение, расходы, метод хозяйствования, экономия, ресурсоемкость, прибыль, эффективность.*

Annotation. *This article explores current views on the economic substance of the concept of "resource conservation". The features of a resource directly improve the efficiency of the company and the research of integrated indicators characterizing the efficiency of enterprise resources.*

Keywords: *resources, cost, method of management, economy, specific resource consumption, income, efficiency.*

Необхідність переходу до нового рівня ресурсоспоживання є незаперечною умовою підвищення ефективності діяльності та конкурентоспроможності підприємства. Актуальність ресурсозбереження зумовлюється високим рівнем ресурсоємності продукції національного виробництва порівняно із зарубіжними конкурентами, внаслідок чого українські підприємства втрачають свої конкурентні позиції на зовнішньому ринку. Зменшення приросту природно-сировинних ресурсів та значне зростання цін на енергетичні ресурси призводить до підвищення значущості управління ресурсозбереженням на підприємстві. Отже, ресурсозбереження має важливе значення, що й обумовлює актуальність дослідження.

© Сорокотяженко К. С., 2015

Вагомий внесок у дослідження проблем ресурсозбереження зробили такі українські та російські науковці: Вовк І. П., Іванов М. І., Коніщева Н. Й., Петрушка Т. О., Сотник І. М., Фатхутдинов Р. А. [3–9] та ін. Однак ця проблема потребує подальшого розгляду та уточнення.

Автором було проведено систематизацію поглядів на економічну сутність ресурсозбереження (рис. 1).

Рис. 1. **Систематизація наукових підходів до форм прояву поняття «ресурсозбереження»**

У сучасних умовах за обмеженої кількості ресурсів найбільш доречним підходом до трактування сутності поняття «ресурсозбереження» є його розгляд як методу господарювання. При цьому ресурсозбереження охоплює комплекс технічних, економічних, організаційних заходів, спрямованих на раціональне використання ресурсів і забезпечення зростаючих потреб у них, головним чином, за рахунок економії [4].

На думку Сотник І. М., під ресурсозбереженням слід розуміти організаційну, економічну, технічну, наукову, практичну, інформаційну діяльність, методи, процеси, комплекс організаційно-технічних заходів, що супроводжують усі стадії життєвого циклу об'єктів і спрямовані на забезпечення мінімальної витрати речовини та енергії на цих стадіях у розрахунку на одиницю кінцевого продукту, виходячи з існуючого рівня розвитку техніки і технології та з найменшим впливом на людину і природні системи [5]. Це поняття охоплює всі форми прояву ресурсозбереження, які подано на рис. 1.

Вирішення проблеми ресурсозбереження підприємств означає таке:

1. Збільшення обсягу випуску продукції за незмінної або навіть меншої витрати всіх видів ресурсів.
2. Зниження собівартості виробленої продукції.
3. Поліпшення екологічної ситуації навколишнього середовища.
4. Максимальне використання виробничих потужностей.
5. Підвищення продуктивності праці.

Покращення значення показників ефективності діяльності підприємства і ресурсоємності продукції можливе завдяки розробці та реалізації організаційно-технічних заходів, комплексно задіяних факторів ресурсозбереження. За сферою прояву розглядають технічні, організаційні [6] та запропоновані автором економічні фактори ресурсозбереження, які наведено на рис. 2.

Рис. 2. **Фактори ресурсозбереження**

На практиці використовується велика кількість показників, які характеризують ефективність виробництва. Кожен окремий показник відображає ефективність використання певного виду ресурсів чи витрат. Всі ці показники важливі, але вони не в змозі дати однозначну інтегральну оцінку ефективності. Існує проблема у визначенні такого інтегрального показника економічної ефективності виробництва.

Безліч авторів наводять групи показників, які характеризують ефективність використання ресурсів підприємства. Крім часткових показників, таких як: показники ефективності діяльності підприємства, показники ефективності використання трудових ресурсів, показники використання фінансових та матеріальних ресурсів, необхідно використовувати показник, що зможе узагальнити інформацію про рівень ресурсозбереження на підприємстві та допоможе прийняти відповідне його значенню управлінське рішення з ресурсозбереження. У табл. 1 автором узагальнено показники, що характеризують ефективність використання ресурсів підприємства.

Таблиця 1

Дослідження показників, що характеризують ефективність використання ресурсів підприємства

Автор	Назва показника	Пояснення
Сотник І. М. [5]	Прибуток підприємства	Прибуток є узагальнюючим показником, який характеризує фінансові результати діяльності. Проте рівень прибутку насамперед залежить від того, наскільки продукція, що випускається, задовольняє попит споживача. Тому прибуток не завжди може бути узагальнюючим показником
Іпполітова І. Я. [7]	Відносний показник ресурсоємності	Цей показник є відображенням співвідношення всіх витрат підприємства (у чисельнику) та його сукупних доходів (у знаменнику)
Вовк І. П. [8]	Узагальнюючий показник ефективності використання ресурсів	Цей показник є відображенням співвідношення приросту прибутку від реалізації ресурсозберігаючих заходів та витрат, пов'язаних із реалізацією ресурсозберігаючих заходів
Петрушка Т. О. [9]	Показник для оцінювання динаміки ефективності використання виробничих ресурсів «фактичний результат / максимально можливий результат»	Цей показник є відображенням співвідношення фактично досягнутого результату діяльності підприємства за використання всіх видів ресурсів та максимально можливого результату за найбільш ефективного використання ресурсів підприємства
Покропивний С. Ф. [10]	Узагальнений показник ефективності використаних ресурсів підприємства	Цей показник є відображенням співвідношення обсягу чистої продукції підприємства та чисельності працівників підприємства, середньорічного обсягу основних фондів, вартості оборотних фондів підприємства

Отже, крім часткових показників, існують загальні показники ефективності використання ресурсів підприємства.

Таким чином, у цій статті розглянуто особливості ресурсозбереження як напряму підвищення ефективності функціонування підприємства та проведено дослідження показників, що характеризують ефективність використання ресурсів підприємства. У подальших дослідженнях автором буде розроблено стратегіяю ресурсозбереження для конкретного підприємства.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Іпполітова І. Я.

Література: 1. Копнов М. О. Управління матеріальними ресурсами : енциклопед. словник / О. В. Антонюк, О. В. Баєва, М. Ф. Головатий та ін. ; за ред. Г. В. Щокіна, О. В. Антонюка, М. Ф. Головатого. – Київ : ВД «Персонал». – 2009. – 376 с. **2.** Невелев А. М. Экономика ресурсосбережения : монография / А. М. Невелев. – Киев : Наук. думка. – 1989. – 248 с. **3.** Конищева Н. И. Ресурсосбережение: эколого-экономический аспект / Н. И. Конищева, Н. А. Кушнирович, Л. А. Рожкова и др. – Киев : Наук. думка. – 1992. – 212 с. **4.** Иванов Н. И. Ресурсообеспечение промышленных предприятий : учебник / Н. И. Иванов, А. В. Бреславцев, Л. Т. Хижняк и др. – Донецк : ИЭП НАН Украины. – 1999. – 355 с. **5.** Сотник І. М. Управління ресурсозбереженням: соціо-еколого-економічні аспекти : монографія / І. М. Сотник. – Суми : Вид-во СумДУ. – 2010. – 499 с. **6.** Фатхутдинов Р. А. Стратегический менеджмент : учебник / Р. А. Фатхутдинов. – М. : Дело. – 2005. – 448 с. **7.** Іпполітова І. Я. Управління ресурсозбереженням на підприємствах нафтогазового комплексу : автореф. дис. … канд. екон. наук : 08.06.01 / Іпполітова Інна Ярославівна. – Харків, 2006.– 20 с. **8.** Вовк І. П. Особливості впровадження заходів ресурсозбереження та методика визначення їх ефективності на машинобудівних підприємствах в контексті ресурсономіки / І. П. Вовк // Вісник Сумського державного університету. – 2012. – № 4. – С. 107–117. **9.** Петрушка Т. О. Оцінювання економічної ефективності ресурсозберігаючого розвитку промислових підприємств : автореф. дис. … канд. екон. наук : 08.00.04 / Петрушка Тетяна Олексіївна. – Львів, 2013. – 27 с. **10.** Покропивний С. Ф. Економіка підприємства : підручник / За заг. ред. С. Ф. Покропивного. – Київ : КНЕУ. – 2007. – 528 с.

СРАВНИТЕЛЬНАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ОСОБЕННОСТЕЙ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА В УКРАИНЕ И ПОЛЬШЕ

УДК 657(477+439)

Старченко О. А.

Студент 3 курса
факультета международных экономических отношений ХНЭУ им. С. Кузнеца

Аннотация. *Рассмотрены особенности бухгалтерского учета в Украине и Польше. Проанализированы различия бухгалтерского учета в Украине от стандартов бухгалтерского учета в европейских странах на примере Польши.*

Ключевые слова: *план счетов, МСФО, субсчета, справедливая стоимость.*

Анотація. *Розглянуто особливості бухгалтерського обліку в Україні та Польщі. Проаналізовано відмінності бухгалтерського обліку в Україні від стандартів бухгалтерського обліку в європейських країнах на прикладі Польщі.*

Ключові слова: *план рахунків, МСФЗ, субрахунки, справедлива вартість.*

Annotation. *The features of accounting in Ukraine and Poland were reviewed. the features of accounting in Ukraine were investigated, as well as their comparison with the peculiarities of accounting in other European. We analyzed differences of accounting in Ukraine on accounting standards in the European countries by the example of Poland.*

Keywords: *chart of accounts, IFRS, subaccounts, fair value.*

В Украине реформируется система бухгалтерского учета в соответствии с международными стандартами. Реформирование системы бухгалтерского учета происходит путем адаптации международных стандартов к экономико-правовой средt и рыночных отношений в Украине. Это позволит привести национальную систему бухгалтерского учета в соответствие с требованиями рыночной экономики и международными стандартами бухгалтерского учета.

Исследование особенностей бухгалтерского учета в Украине, а также их сравнение с особенностями бухгалтерского учета в других европейских странах становится все более актуальным. Это вызвано тем, что Украина на современном этапе функционирования экономики находится на пути евроинтеграции. Поэтому целесообразно проанализировать различия бухгалтерского учета в Украине от стандартов бухгалтерского учета в европейских странах на примере Польши. Польша является ближайшим партнером для Украины в сложившейся ситуации.

Исследованию проблем бухгалтерского учета в современной экономической теории уделяется достаточно много внимания, в том числе особенностям бухгалтерского учета в зарубежных странах. Данными вопросами занимаются ученые: Х. Андерсен, Н. Гура, Ф. Бутинець, В. Швец, Н. Сушко, С. Свирко, К. Друри, С. Зубилевич, В. Пархоменко, Л. Нападовская. Тем не менее, некоторые вопросы остаются не решенными, именно их и следуе уделить больше внимания.

Необходимо исследовать возможность применение опыта зарубежных стран для Украины.

Основным нормативным документом, регулирующим бухгалтерский учет в Польше, является Коммерческий Кодекс 1934 года. Иным правовым источником является Закон «О бухгалтерском учете" 1995 года, который предусматривает последовательную реформу отчетности и аудита. Данный Закон соответствует положениям 4-й и 7-й Директив ЕС. Закон состоит из нескольких частей и освещает следующие вопросы: сущность бухгалтерского учета, порядок инвентаризации, оценку активов и пассивов, определение финансовых результатов, составление отчета предприятия, особенности отчетности корпоративных структур, аудит отчетности и условия его опубликования, организацию архивов бухгалтерских документов, уголовную ответственность за нарушения законодательства и тому подобное [1].

Государственное регулирование бухгалтерского учета и финансовой отчетности в Украине осуществляется в соответствии с Законом Украины "О бухгалтерском учете и финансовой отчетности в Украине" от 16 июля 1999 р. с изменениями. Этот Закон определяет правовые основы регулирования, организации, ведения бухгалтерского учета и составления финансовой отчетности в Украине [2].

В Польше используют непосредственно национальные стандарты, но в некоторых случаях учитывается местные требования или обстоятельства. В Польше МСФО были переведены на национальный язык.

В Украине применяются международные стандарты, если они не противоречат настоящему Закону и официально обнародованы на веб-сайте Министерства финансов Украины.

© Старченко О. А., 2015

На практике в Польше распространенным является использование промышленной номенклатуры счетов (табл. 1).

Таблица 1

Сравнительная характеристика плана счетов в Украине и Польше

План счетов бухгалтерского учёта в Польше:	План счетов бухгалтерского учёта в Украине:
0 – долгосрочное имущество	0 – внебалансовые счета
1 – денежные средства и банковские счета	1 – внеоборотные активы
2 – расчеты и претензии	2 – запасы
3 – материалы и товары	3 – средства, расчеты и прочие активы
4 – расходы по видам и их отображения	4 – собственный капитал и обеспечение обязательств
5 – расходы в соответствии с типами деятельности и их отображения	5 – долгосрочные обязательства
6 – продукты и их отображения	6 – текущие обязательства
7 – доходы и расходы, связанные с их результатами	7 – доходы и результаты деятельности
8 – капитал (фонд), специальные фонды, резервные фонды и финансовый результат	8 – расходы деятельности
	9 – расходы деятельности

Несмотря на то, что в стране разработан единый план счетов, закон о бухгалтерском учете предоставляет каждой организации право иметь собственный план счетов. При этом организации могут применять и типовые планы счетов, разрабатываемые Комиссией по ценным бумагам для компаний, включенных в биржевой список, и Министерством финансов для других организаций [3].

В Украине план счетов, утвержденный Министерством финансов Украины, применяется предприятиями, организациями и другими юридическими лицами независимо от форм собственности, организационно-правовых форм и видов деятельности, а также выделенных на отдельный баланс филиалов, отделений и других обособленных подразделений юридических лиц. В Украине существуют дополнительные планы счетов: для бюджетных организаций, для банков и для малых предприятий. Новые синтетические счета могут вводиться в План счетов Министерством финансов Украины по соответствующим ходатайствам по бухгалтерскому учету специфических операций. Субсчета к синтетическим счетам вводятся предприятиями самостоятельно, исходя из потребностей управления, контроля, анализа и отчетности [4].

В Польше капитал включает в себя: уставный капитал, неоплаченный капитал, добавочный капитал, резервы на переоценку активов, другой резервный капитал, нераспределенную прибыль, чистую прибыль или убыток финансового года.

В Украине в состав собственного капитала входят: уставный капитал, паевой капитал, добавочный капитал, резервный капитал, доходы и убытки нераспределенные, изъятый капитал, неоплаченный капитал.

Оценка основных средств в Польше учитывается по цене приобретения, или по фактическим затратам на приобретение и приведение к готовности. Не используется понятие возможной цены реализации.

В Украине основные средства могут учитываться по первоначальной, переоцененной первоначальной, остаточной, справедливой и ликвидационной стоимостями.

Переоценка основных средств в Польше осуществляется с целью предотвращения инфляции. При этом возникающие разницы списываются за счет резерва по переоценке активов.

В Украине предприятие может переоценивать объект основных средств, если остаточная стоимость этого объекта существенно отличается от его справедливой стоимости на дату баланса. В случае переоценки объекта основных средств на ту же дату осуществляется переоценка всех объектов группы основных средств, к которой относится этот объект. Переоценка основных средств той группы, объекты которой уже подверглись переоценке, в дальнейшем должна проводиться с такой регулярностью, чтобы их остаточная стоимость на дату баланса существенно не отличалась от справедливой стоимости.

Амортизация основных средств в Польше насчитывается по определенной схеме и, как в бывшем украинском учете, с использованием термина и коэффициентов для конкретных групп основных средств.

В Украине начисления амортизации осуществляется в течение срока полезного использования (эксплуатации) объекта, который устанавливается предприятием при признании этого объекта активом (при зачислении на баланс), и приостанавливается на период его реконструкции, модернизации, достройки, дооборудования и консервации.

Амортизация основных средств (кроме других необоротных материальных активов) начисляется с применением таких методов: прямолинейного, уменьшения остаточной стоимости, ускоренного уменьшения остаточной

стоимости, кумулятивного, производственного. Метод амортизации выбирается предприятием самостоятельно с учетом ожидаемого способа получения экономических выгод от его использования. Начисление амортизации производится ежемесячно.

В Польше запасы оцениваются по ценам их приобретения. В случае же невозможного выявления цены запасов или при их безвозмездной передаче они оцениваются по ценам на аналогичные или подобные товарно-материальные ценности.

В Украине запасы отражаются по первоначальной стоимости, которая зависит от способа поступления запасов на предприятие.

Сравнивая особенности бухгалтерского учета в Украине и Польше, можно сделать вывод, что Украина находится на пути перехода к МСФО и МСБУ, который заключается в адаптации и унификации национальных норм бухгалтерского учета с международными стандартами и распространяется не только на общие особенности, но и на отдельные объекты учета.

Научный руководитель – канд. экон. наук, доцент Часовникова Ю. С.

Литература: 1. Губачева А. Н. Учет в зарубежных странах : учебник / А. Н. Губачева, С. И. Мельник. – Киев : Центр учеб. лит., 2008. – 432 с. **2.** О бухгалтерском учете и финансовой отчетности в Украине [Электронный ресурс] : Закон Украины от 16.07.1999 №996-XIV. – Режим доступа : http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/996-14. **3.** Об утверждении Программы реформирования системы бухгалтерского учета с применением международных стандартов [Электронный ресурс] : Постановление Кабинета Министров Украины от 28.10.1998 №1706. – Режим доступа : http://online.zakon.kz/Document/?doc_id=30754614 **4.** О плане счетов бухгалтерского учета активов, капитала, обязательств и хозяйственных операций предприятий и организаций [Электронный ресурс] : Приказ Министерства финансов Украины 30.11.99 № 291. – Режим доступа : http://www.nibu.factor.ua/info/instrbuh/plan_sch/?month_cal.

РОЛЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В БУХГАЛТЕРСКОМ И НАЛОГОВОМ УЧЕТЕ

УДК 004.9:336.225.6

Стативка Е. А.

Студент 3 курса
факультета экономики и права ХНЭУ им. С. Кузнеца

Аннотация. *Представлен ряд компонентов, являющихся базовыми для любой компьютерной информационной системы, применение программ компьютеризации бухгалтерского учета и перспективы развития программ автоматизации. Также приведены примеры современных программ, которые имеют свою специфику работы и позволяют облегчить работу бухгалтера.*

Ключевые слова: *информационные технологии, автоматизация, программы, пакет прикладных программ.*

Анотація. *Наведено ряд компонентів, що є базовими для будь-якої комп'ютерної інформаційної системи, застосування програм комп'ютеризації бухгалтерського обліку та перспективи розвитку програм автоматизації. Також наведено приклади сучасних програм, які мають свою специфіку роботи та дозволяють полегшити працю бухгалтера.*

Ключові слова: *інформаційні технології, автоматизація, програми, пакет прикладних программ.*

© Стативка Е. А., 2015

Annotation. *This article presents a number of components, which are basic for any computer information system, application programs, computerization of accounting and prospects of development of automation software. Also provided examples of current programs, which have their own specific work and which can facilitate the work of accountants.*

Keywords: *information technology, automation, software, application package.*

Информационная технология является наиболее важной составляющей процесса использования информационных ресурсов общества. К настоящему времени она прошла несколько эволюционных этапов, смена которых определялась главным образом развитием научно-технического прогресса, появлением новых технических средств переработки информации. В современном обществе основным техническим средством технологии переработки информации служит персональный компьютер, который существенно повлиял как на концепцию построения и использования технологических процессов, так и на качество результатной информации.

Исследованию проблем информационных технологий в бухгалтерском и налоговом учете посвящены научные работы: Благодатских В. А, Енгибарян М. А, Ковалевская Е. В., Дика В. В., Титоренко Г. А.

Целью данной работы является изучение особенностей использования информационных технологий в бухгалтерском учете.

Внедрение бухгалтерских пакетов и программ позволяет автоматизировать не только бухгалтерский учет, но и навести порядок в складском учете, в снабжении и реализации продукции, товаров, отслеживать договоры, быстрее рассчитывать заработную плату, своевременно сдавать отчетность. В настоящее время активно используются бухгалтерские автоматизированные системы (БАС).

Правильный выбор программного продукта – один из определяющих моментов автоматизации бухгалтерского учета. Выбор программного обеспечения осуществляется на стадии организации и проектирования АИС на основании данных обследования информационной системы объекта. На рынке компьютерных программ представлен широкий спектр вариантов бухгалтерских программ: от самых простейших, способных выполнить минимальный набор операций, необходимый для мелких фирм, до очень разветвленных, осуществляющих расширенный комплекс операций с глубокой аналитикой [1].

Выбор программного продукта фактически ставят пользователя в зависимость от производителя. Очень трудно вести речь об универсальности бухгалтерских автоматизированных систем. Специфика ведения бухгалтерского учета на разных предприятиях, постоянно меняющиеся налоговые законодательства, изменение форм отчетности предопределяют необходимость адаптации и доработки практически любой системы к специфике учета и изменяющимся условиям. Лидирующее место на рынке заняли универсальные пакеты программ, предлагающие комплексный бухгалтерский учет.

Разработка программных продуктов ведется различными отечественными фирмами. Многие из них накопили достаточный опыт и постоянно совершенствуют программы, выпуская новые версии. Завоевание рынка программных продуктов заставляет фирмы (корпорации) выпускать семейство программ самого широкого диапазона, в различных вариантах, применительно к различной специфике бухгалтерского учета. Фирмы составляют программные продукты в локальном и сетевом варианте. Следует иметь в виду, что сетевой вариант программ намного сложнее и дороже и предназначен в основном для использования на средних и крупных предприятиях, где ведется комплексная обработка бухгалтерских задач в тесной интеграции с другими функциями управления.

Программы сетевой версии отличаются большой сложностью и высокой стоимостью. При внедрении они требуют индивидуальной настройки и авторского сопровождения для каждого клиента, а также наличия в структуре организации специального подразделения, где работают хорошие системные программисты-сетевики, и введение должности администратора системы. Сетевая версия включает в себя расширенный состав программ, цель которых – автоматизация задач финансово-хозяйственной деятельности, объединение решения бухгалтерских задач с коммерческими и техническими службами, производством, различными отделами управления: труда и заработной платы, нормирования, планово-финансового управления и др. Выбор программ для реализации поставленных целей – довольно трудоемкий процесс, который объясняется сложной организационной структурой предприятия, большим количеством сотрудников, сложным документооборотом [2].

В настоящее время не существует единой, комплексной, общепринятой классификации бухгалтерских программ. Условно можно выделить несколько классификационных признаков: ориентация на размер предприятия; локальные и сетевые версии; ориентация на бухгалтерский учет в различных сферах деятельности (промышленности, торговли, строительстве), а также ориентация на бюджетный учет; отечественные и зарубежные программы.

Основным классификационным признаком бухгалтерских программ остается их ориентация на размер предприятия и состав выполняемых ими функций. Накопленный опыт составления и применения программ компьютеризации бухгалтерского учета позволяет выделить четыре их группы [3].

Рассмотрим краткую характеристику пакетов этих групп.

Пакеты «Мини-бухгалтерия». В 1994 г. отмечен «пик» числа производителей, предлагающих эти программы. Сегодня многие разработки интенсивно вытесняются программными продуктами лидеров. Некоторые производители предлагают более совершенные системы. К этой группе относятся программы бухгалтерского учета и подготовки отчетных документов, предназначенные для предприятий малого бизнеса, с бухгалтерией малой численности, без ярко выраженной специализации сотрудников по конкретным участкам учета, ведущим относительно несложный учет. К типовым программным продуктам этого класса, имеющим наибольшую популярность и распространение, можно отнести следующие базовые варианты пакетов: «1С: Бухгалтерия», «Турбо-бухгалтер», «Инфо-бухгалтер», «Финансы без проблем» (бухгалтерия-мини).

Отдельные участки учета – программы, ориентированные на реализацию функций конкретного раздела учета или нескольких смежных разделов, например АРМ по учету труда и зарплаты, АРМ по учету товарно-материальных ценностей, АРМ учета основных средств. Как правило, фирмы специализируются на конкретных участках учета. Ориентация на автоматизированную обработку отдельных участков учета имела место в начальной стадии использования персональных компьютеров [4].

Отраслевые системы. Эта группа состоит из специализированных систем отраслевого применения. Лучшими торговыми системами с наличием бухгалтерского учета признаны программы фирмы «Интеллект-Сервис», «1С», «Парус»; для бюджетных организаций – программа корпорации «Парус» фирмы «Интеллект-Сервис», «Инфософт», «1С».

Правовые системы включают в себя различные специализированные информационно-справочные системы, содержащие информацию о правовых и нормативных документах, а также основные бухгалтерские понятия. К ним можно отнести ряд типовых отечественных информационно-справочных программ: «Консультант-бухгалтер», «Консультант-плюс», «Гарант-Сервис» [5].

За последние годы в нашей стране произошли значительные положительные изменения в структуре рынка информационных технологий: основную роль стали играть крупные поставщики, развивается качественный сервис, формируются дилерские сети. Но при существовании на рынке множества бухгалтерских программ, удовлетворяющих самым разнообразным требованиям, задача выбора программы для конкретного предприятия остается весьма затруднительной. Ведь приобретение и внедрение элементов программного обеспечения требует значительных материальных и трудовых ресурсов; затрат ресурсов требует также практическое использование информационных систем. То есть, с одной стороны, автоматизация учетных процессов является объективной необходимостью, совершенствовать организацию и формы бухгалтерского учета возможно только на базе новейших технологических средств. Но, с другой стороны, для того чтобы правильно выбрать систему автоматизации бухгалтерского учета, удовлетворяющую всем запросам предприятия, а ещѐ лучше и учитывающую определенные специфические особенности деятельности предприятия, необходимо четко представлять систему ведения бухгалтерского учета на предприятии и рынке предлагаемых программных продуктов.

Таким образом, можно сделать вывод, что программы, которые используют бухгалтера, являются неотъемлемыми помощниками в работе, так как основная нагрузка ложится на машину, а не на труд человека. Представленные программы и прикладные пакеты осуществляют весь необходимый учет и расчет всей поступающей информации. Автоматизация бухгалтерского учета на предприятии и подготовка финансовой отчетности в налоговые органы в условиях переходной экономики Украины является одной из наиболее важных задач, которые требуют дальнейшего исследования.

Научный руководитель – старший преподаватель Андрющенко В. О.

Литература: 1. Автоматизированные информационные технологии в экономике / под ред. Г. А. Титоренко. – М. : Компьютер, ЮНИТИ, 2009. – 336 с. **2.** Благодатских В. А. Экономика, разработка и использование программного обеспечения / В. А. Благодатских, М. А. Енгибарян, Е. В. Ковалевская и др. – М. : Финансы и статистика, 1995. – 288 с. **3.** Документация на программу 1С: Предприятие. Версия 6. – М. : Фирма 1С, 2009.9. **4.** Информационные системы в экономике / Под ред. В. В. Дика. – М. : Финансы и статистика, 1998. – 272 с.

ОБЛІКОВА ПОЛІТИКА ЩОДО ОБОРОТНИХ АКТИВІВ: ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ТА РОЛЬ У ЕФЕКТИВНОМУ УПРАВЛІННІ ПІДПРИЄМСТВОМ

УДК 657.2:658.153

Степаненко А. В.

Студент 4 курсу
факультету обліку і аудиту ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Розглянуто сутність облікової політики та нормативно-правові акти, якими регламентується її запровадження. Охарактеризовано особливості облікової політики щодо оборотних активів та її роль в ефективному управлінні підприємством. Визначено основні напрями методологічних засад формування інформації про оборотні активи під час складання наказу про облікову політику.*

Ключові слова: *облікова політика, оборотні активи, запаси, дебіторська заборгованість, наказ, управління.*

Аннотация. *Рассмотрены сущность учетной политики и нормативно-правовые акты, которыми регламентируется ее внедрение. Охарактеризованы особенности учетной политики оборотных активов и её роль в эффективном управлении предприятием. Определены основные направления методологических основ формирования информации об оборотных активах при составлении приказа об учетной политике.*

Ключевые слова: *учетная политика, оборотные активы, запасы, дебиторская задолженность, приказ, управление.*

Annotation. *The essence of accounting policies and regulations that governed its implementation. The features of accounting policy on current assets and her role in the effective management of the enterprise. The main areas of methodological principles forming the information on current assets in the preparation of the order of accounting policies.*

Keywords: *accounting policies, current assets, inventories, accounts receivable, order, management.*

Розвиток в Україні ринкових відносин вимагає нових підходів до управління економікою не тільки на макрорівні, а й на рівні окремих підприємств. Особливо гостро постає проблема створення таких важелів управління фінансами підприємств, які б відповідали ринковим умовам та забезпечували достатній рівень платоспроможності, ліквідності та прибутковості. У сучасних умовах на ефективність господарювання підприємства впливає саме наявність необхідного обсягу оборотних активів. Тому для досягнення фінансової стійкості необхідно вдосконалювати управління оборотними активами, передумовою для чого і є досконало сформована облікова політика.

Питаннями формування та реалізації облікової політики в системі управління оборотними активами підприємств займалися такі вітчизняні та зарубіжні вчені, як Барановська Т., Бутинець Ф., Шеремет А., Соколов Я., Бланк І. Але, незважаючи на те, що було досягнуто значних успіхів у вивченні цієї проблеми, можна спостерігати, що деякі теоретичні та практичні проблеми залишаються невирішеними.

Так, метою цієї роботи є узагальнення теоретичних основ управління оборотними активами за допомогою облікової політики та її роль у досягненні ефективного функціонування підприємства. Об'єктом дослідження є облікова політика як засіб управління бухгалтерським обліком на підприємстві. Предметом – розробка облікової політики щодо оборотних активів.

Термін «облікова політика» виник у зв'язку з реформуванням бухгалтерського обліку відповідно до ринкових відносин та міжнародних стандартів. В Україні він офіційно введений Законом України "Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні" від 16.07.1999 № 996-XIV.

Облікова політика трактується по-різному. Так, Закон України "Про бухгалтерський облік і фінансову звітність в Україні" визначає її як сукупність принципів, методів і процедур, що використовуються підприємством для складання та подання фінансової звітності [1]. Бутинець Ф. Ф. у своїх працях зазначає, що це система способів і прийомів організації та ведення обліку на конкретному підприємстві, закріплена відповідним внутрішнім нормативним актом на визначений термін [2].

Облікова політика підприємства є важливим інструментом, завдяки якому існує можливість оптимального поєднання державного регулювання і власної ініціативи підприємства в питаннях організації та ведення бухгалтерського обліку. Формування облікової політики, як на державному рівні, так і на рівні підприємства, здійснюється під впливом багатьох чинників, що зумовлюють різні аспекти регламентації облікової політики на кожному із наведених ієрархічних рівнів [3].

© Степаненко А. В., 2015

Облікову політику підприємство визначає самостійно в особі його керівника та головного бухгалтера відповідним наказом чи розпорядженням з обов'язковим розкриттям в окремих розділах методичних принципів побудови бухгалтерського обліку, техніки його ведення та складання фінансової і статистичної звітності, організації роботи бухгалтерської служби. Чинне законодавство надає широкі права стосовно формування облікової політики [4].

Важливою умовою безперервного виробничого процесу є наявність оборотних активів у матеріальній формі (запасів), зокрема виробничих запасів (у вигляді предметів праці та частини засобів праці (матеріальні та швидкозношувані предмети). До виробничих запасів відносять сировину, матеріали, купівельні напівфабрикати та комплектуючі вироби, паливо, тару та тарні матеріали, будівельні матеріали, матеріали, передані в переробку, запасні частини, матеріали сільськогосподарського призначення, інші матеріали. Організація зберігання і обліку запасів на підприємстві здійснюється залежно від їх виду, технології виробництва, умов постачання і збуту тощо. В Методичних рекомендаціях з бухгалтерського обліку запасів передбачено такі методи обліку матеріальних запасів: кількісно-сумовий сортовий; кількісно-сумовий безкнижковий та оперативно-бухгалтерський (сальдовий). Це впливає на облікову політику підприємства.

Також важливим об'єктом облікової політики є дебіторська заборгованість як один із основних видів активів підприємства. Здійсненню ефективного контролю та управління дебіторською заборгованістю з метою її своєчасного погашення дебіторами сприяє правильне визначення облікової політики щодо дебіторської заборгованості в частині її оцінки, організації раціонального документообороту, проведення інвентаризації розрахунків із дебіторами, застосування рахунків бухгалтерського обліку тощо.

Відповідно до П(С)БО 10 дебіторська заборгованість – це сума заборгованості дебіторів підприємству на певну дату. Дебіторська заборгованість визнається активом, якщо існує ймовірність отримання підприємством майбутніх економічних вигод та може бути достовірно визначена її сума [5].

Сукупність методів і процедур щодо дебіторської заборгованості визначається підприємством у наказі про облікову політику [6]. В ньому необхідно зазначати такі пункти:

– класифікацію дебіторської заборгованості, яка необхідна для достовірної оцінки такої заборгованості для цілей бухгалтерського обліку та відображення інформації про таку заборгованість у фінансовій звітності;

– методику і дату визначення величини резерву сумнівних боргів. При цьому підприємство може обрати один чи декілька (для різних видів дебіторської заборгованості) з методів нарахування резервів. При цьому підприємству доцільно викласти процедури щодо розрахунку методу резерву сумнівних боргів за визначеним методом;

– визначити у робочому Плані рахунків (як додатку до наказу про облікову політику) рахунки для обліку дебіторської заборгованості. При цьому для того, щоб організувати правильний бухгалтерський облік величин РСБ, доцільно створити аналітичні субрахунки за рахунком 38 «Резерв сумнівних боргів». Зокрема, це можуть бути субрахунок 381 «Резерв сумних боргів для поточної дебіторської заборгованості за товари, роботи, послуги» та субрахунок 382 «Резерв сумних боргів для іншої поточної дебіторської заборгованості».

Так, під час складання наказу про облікову політику підприємству доцільно вказати таке коло напрямів методологічних засад формування інформації про виробничі запаси: визначення об'єктів обліку виробничих запасів (одиниці обліку); критерії визнання запасів активами; склад витрат, що не включають до первісної вартості витрат, а належать до витрат того періоду, в якому вони були здійснені; порядок обліку відсотків за користування позиками для придбання кваліфікаційних активів; оцінка запасів, отриманих у процесі ремонту, поліпшення та ліквідації основних засобів; оцінка надлишків запасів при інвентаризації; методи обліку виробничих запасів; методи оцінки вибуття виробничих запасів; методика обліку та оцінки інших витрат, що входять до первісної вартості виробничих запасів; періодичність визначення середньозваженої собівартості одиниці виробничих запасів; оцінка виробничих запасів на дату балансу; встановлення окремих норм виробничих запасів.

Науковий керівник – старший викладач Кудіна О. М.

Література: 1. Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні [Електронний ресурс] : Закон України від 06.02.2015 № 996-XIV.– Режим доступу : http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/996-14. **2.** Бутинець Ф. Ф. Бухгалтерський управлінський облік / Ф. Ф. Бутинець, Л. В.Чижевська, Н. В. Герасимчук. – Житомир : ЖІТІ, 2012. – 448 с. **3.** Пушкар М. С. Теорія і практика формування облікової політики : монографія / М. С. Пушкар, М. Т. Щирба. – Тернопіль : Карт-бланш, 2011. – 260 с. **4.** Водоп'янова О. Облікова політика: починаємо новий рік [Електронний ресурс] / О. Водоп'янова. – Режим доступу : http://www.dtkt.com.ua/show/1cid04362.html. **5.** П(С)БО 10 "Дебіторська заборгованість" : Наказ Міністерства фінансів України від 08.10.1999 № 237. – Режим доступу : http://buhgalter911.com/Res/PSBO/PSBO10.aspx .**6.** Про затвердження Методичних рекомендацій щодо складання розпорядчого документа про облікову політику підприємства : Наказ Міністерства аграрної політики України від 17.12.2007 № 921 // Інформаційно-правова система «Ліга: Закон» – 2010. – № 1.

УДОСКОНАЛЕННЯ КОМУНІКАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ НА ПІДПРИЄМСТВІ

УДК 658.8

Очередько Р. І.,
Стеценко К. М.

Студент 3 курсу
факультету обліку і аудиту ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Розглянуто сутність понять: комунікаційна політика та маркетинг. Надано удосконалене визначення маркетингової комунікаційної політики на підприємстві, визначено етапи розроблення програми маркетингової комунікації, які необхідні для підтримання позитивної ділової репутації в сучасних умовах та ефективного функціонування підприємства.*

Ключові слова: *маркетинг, маркетингові комунікації, маркетингова політика, реклама.*

Аннотация. *Рассмотрена сущность понятий: коммуникационная политика и маркетинг. Предоставлено усовершенствованное определение маркетинговой коммуникационной политики на предприятии, определены этапы разработки программы маркетинговой коммуникации, которые необходимы для поддержания положительной деловой репутации в современных условиях и эффективного функционирования предприятия.*

Ключевые слова: *маркетинг, маркетинговые коммуникации, маркетинговая политика, реклама.*

Annotation. *The essence of concepts: communication policy and marketing, provided improved definition of marketing communication policy of the company, by stage of development of marketing communication programs that are necessary to maintain a positive business reputation in modern conditions and efficient operation of the business.*

Keywords: *marketing, marketing communication, marketing strategy, advertising.*

Актуальність цього дослідження полягає в тому, що через посилення конкуренції на міжнародному та світовому ринках спонукає підприємства витрачати багато зусиль і грошових коштів для просування товарів та розроблення принципово нових товарів із урахуванням потреб споживачів.

Метою цієї статті є дослідження та вивчення комунікаційної політики та визначення її місця в організації, розкриття можливостей удосконалення маркетингових заходів в організації.

Дослідженням питання маркетингових комунікацій суб'єктів господарювання присвятили свої праці такі вітчизняні та зарубіжні вчені, як: Дж. Еванс, С. Моріарті, А. Пулфорд, А. Романов, П. Сміт, А. Тітов, Ф. Котлер, Ж.-Ж. Ламбен та ін. Фундаментальні засади використання маркетингових комунікацій фінансових установ закладено в роботах зарубіжних дослідників, зокрема: Е. Новаторова, Р. Піттса, Р. Рейденбаха, О. Голубкової, К. Енью, Є. Єгорова, М. Райт, Ю. Сігідова та ін. Суттєві наукові результати в цьому напрямку отримано й вітчизняними вченими, зокрема: І. Алексєєвим, О. Біловодською, В. Божковою, Т. Васильєвою, О. Вовчак, С. Єгоричевою, А. Єпіфановим, С. Ілляшенком, С. Козьменком, А. Нікітіним, І. Спіциним, Я. Спіциним Т. Васильєвою, О. Вовчак, С. Єгоричевою та ін. [1, с. 5–7].

Існує велика кількість визначень терміна «комунікаційна політика», так, наприклад, Алексунін В. А. вважає, що комунікаційна політика – це застосування таких інструментів маркетингу, які можуть бути використані як носії спрямованої (орієнтованої) на ринок інформації [1, с. 152].

Ноздрева Р. Б. підкреслює, що комунікаційна політика – сукупність заходів щодо встановлення, підтримки й розвитку зв'язків зі споживачами для збільшення збуту товарів і послуг, що ґрунтується на використанні психологічних моделей комунікативності [3, с. 161].

На думку Ф. Котлера: "Комунікаційна політика – це система, що забезпечує передачу інформації про товар або саму компанію її діючим і потенційним споживачам з метою просування товару на ринок або створення позитивного іміджу компанії і її товарів" [2, с. 256].

Таким чином, комунікаційна політика – це цілеспрямована діяльність організації з регулювання руху інформаційних повідомлень і потоків, що здійснює планування і взаємодію з усіма суб'єктами маркетингової системи на основі обґрунтованої стратегії використання комплексу комунікативних засобів [3, с. 89–91].

Зі зростанням ролі маркетингу одночасно збільшилася і роль маркетингових комунікацій.

Комунікаційна політика – найважливіший елемент комплексу маркетингу, який дозволяє визначити цільову аудиторію, розробити стратегію просування товарів на ринках, надати інформацію споживачам у вигляді реклами

© Очередько Р. І., Стеценко К. М., 2015

про товар або послугу, що в кінцевому результаті, при правильному використанні комунікаційної політики, приводить до отримання максимального прибутку [5].

Після розгляду терміна «комунікаційна політика» ми пропонуємо дати визначення поняттю «маркетинг».

"Маркетинг – це творча управлінська діяльність, спрямована на задоволення потреб споживачів та отримання бажаного результату для підприємства на основі врахування ринкових умов функціонування суб'єктів та можливостей самого підприємства щодо розроблення нової продукції, організації виробництва, забезпечення ефективного товароруху від виробника до кінцевого споживача" [7].

Розглянувши ці терміни, ми отримали узагальнююче поняття «маркетингова комунікаційна політика» (рис. 1).

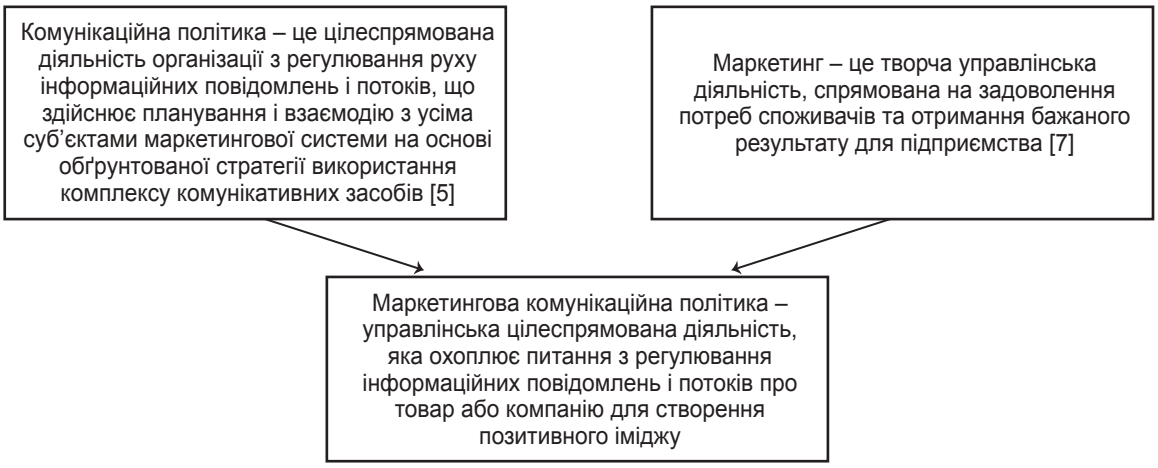


Рис. 1. **Схема визначення терміна "маркетингова комунікаційна політика"**

Маркетингова комунікація – це одна зі складових комплексу маркетингу, вона набуває все більшого значення через насичену ринкову економіку. Так як в наш час конкуренція зростає, недостатньо розробити новий якісний товар, встановити на нього оптимальну ціну і вибрати ефективні канали розподілу, потрібно також правильно застосувати маркетингові «хитрощі» та дотримуватись етапів програми маркетингових комунікацій.

Розглянемо етапи розроблення ефективної програми маркетингової комунікації [4, с. 84]:

- визначення цільової контактної аудиторії;
- з'ясування мети комунікації;
- створення звернення;
- вибір каналів комунікації;
- визначення загального бюджету, виділеного на комунікації;
- прийняття рішення про змішані способи просування;
- оцінка результатів просування;
- управління комплексними маркетинговими комунікаціями та координація цього процесу.

Ефективні маркетингові комунікації покликані не тільки надати споживачеві необхідні знання щодо характеристик і якості товарів і послуг, а й викликати прихильність споживачів до товару.

Просування товару здійснюється через систему маркетингових комунікацій, яка складається з таких основних елементів [4, с. 92]:

- реклама;
- прямий маркетинг (передбачає безпосередню взаємодію продавця товару з кінцевим споживачем цього товару, розрахований на отримання відгуку або здійснення угоди);
- стимулюючий збут;
- персональний продаж;
- паблік рилейшнз (діяльність, спрямована на формування позитивного іміджу фірми, доброзичливого ставлення до неї та її товару).

Кожна складова системи маркетингових комунікацій має свої особливості, специфічні заходи та прийоми, але всі вони взаємопов'язані і доповнюють одна одну, утворюючи єдиний комплекс.

Комплекс маркетингових комунікацій [6, с. 98]:

1. Реклама.

Реклама – це монолог, який не зобов'язує до уваги і реакції на нього у відповідь. Нарешті, реклама буває досить дорогою, хоча її окремі види (газетна реклама) не потребують вкладення значних коштів.

2. Стимулювання збуту.

Стимулювання збуту передбачає широкий перелік засобів просування – купони, конкурси, знижки тощо. Ці заходи досить привабливі в очах споживачів. Вони привертають увагу та забезпечують інформацію про пропонований товар, який сприяє його купівлі. Проте вплив засобів стимулювання збуту дає короткотривалий ефект, вони не придатні для формування стійкої прихильності до товару.

3. Персональний продаж.

Персональний продаж – особистий контакт двох або кількох людей, під час якого учасники пристосовуються до потреб і характеру один одного. Він сприяє також виникненню найрізноманітніших стосунків від формальних продавець – покупець до дружніх. Але персональний продаж – найдорожчий засіб стимулювання.

4. Прямий маркетинг.

Прямий маркетинг є каналом особистої комунікації, оскільки рекламне звернення зазвичай адресоване конкретній людині, здійснюється на замовлення, тому звернення пристосовують під цільового споживача, забезпечує діалог між комунікатором і споживачем, а звернення коригується залежно від реакції споживачів.

5. Пропаганда.

Пропаганда або зв'язки з громадськістю мають кілька відмінних рис, які зумовлені тим, що спілкування компанії з цільовою аудиторією оплачується опосередковано та може ефективно представити фірму чи товар.

Маркетолог повинен знати і розуміти унікальні характеристики та вимагати певного рівня витрат під час вибору засобу просування. Унікальні характеристики можуть бути позитивними, а можуть свідчити і про певні недоліки цієї складової системи маркетингових комунікацій [7, с. 121].

Дослідивши цю проблему, можна дійти висновку, що комунікаційна політика є одним із найважливіших елементів комплексу маркетингу, який дозволяє визначити цільову аудиторію, розробити стратегію просування товарів на ринках, надати інформацію споживачам у вигляді реклами про товар або послугу, що в кінцевому результаті за правильного використання комунікаційної політики приводить до отримання максимального прибутку.

Науковий керівник – викладач Корчагіна Г. А.

Література: 1. Котлер Ф. Основы маркетинга / Ф. Котлер ; общ. ред. и вступ. ст. Е. М. Пеньковой. – М. : Прогресс, 1996. – 702 с. **2.** Ноздрева Р. Б. Маркетинг: как побеждать на ринке / Р. Б. Ноздрева, Г. Д. Крылова. – М. : Финансы и статистика, 2002. – 303 с. **3.** Ламбен Ж.-Ж. Стратегический маркетинг. Европейская перспектива / Ж.-Ж. Ламбен ; пер. с француз. – СПб. : Наука, 1996 – 590 с. **4.** Приймак Т. О. Маркетингові комунікації в системі управління підприємством / Т. О. Приймак. – Київ : Експерт, 2001. – 387 с. **5.** Алексунин В. А. Маркетинг : учеб. пособие. – М. : Дашков и Ко, 2008. – 200 с. **7.** Примак Т. О. Маркетинг : навч. посіб. – Київ : МАУП, 2004. – 228 с.

СРАВНИТЕЛЬНАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА МОДЕЛЕЙ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА

УДК 657.22

Столяренко В. В.

Студент 3 курса
факультета международных экономических отношений ХНЭУ им. С. Кузнеца

Аннотация. *Раскрыта сущность моделей бухгалтерского учета, выявлены причины необходимости их классификации. Дана классификация моделей учета по субъективно-географическому признаку. Описаны основные характеристики существующих моделей бухгалтерского учета, проведен их сравнительный анализ.*

Ключевые слова: *модель, учет, НСБУ, классификация, план счетов.*

Анотація. *Розкрито сутність моделей бухгалтерського обліку, виявлено причини необхідності їх класифікації. Дано класифікацію моделей обліку за суб'єктивно-географічною ознакою. Описано основні характеристики існуючих моделей бухгалтерського обліку, проведено їх порівняльний аналіз.*

Ключові слова: *модель, облік, НСБО, класифікація, план рахунків.*

Annotation. *The essence of the model accounting, identified the causes of the need for their classification. The classification models accounting for subjective geography. The basic characteristics of the existing models of accounting, their comparative analysis.*

Keywords: *model, accounting, NAS, classification, chart of accounts.*

Каждая страна мира имеет национальные стандарты бухгалтерского учета (НСБУ), которые отличаются определенными особенностями. Для того чтобы выделять схожие черты между ними, необходимо сгруппировать страны в определенные группы. Возможность осуществления классификации обусловлена, прежде всего, тем, что факторы, которые определяют направления и уровень развития национальной системы бухгалтерского учета, являются взаимосвязанными. Определенное сходство влияния внешних факторов на построение НСБУ в разных странах, как правило, определяет наличие многих общих черт их систем бухгалтерского учета. Кроме того, классификация моделей учета показывает, что страны с похожими социально-экономическими условиями и системами учета имеют много общего [1].

Целью статьи является исследование сущности моделей бухгалтерского учета, выявление причин необходимости их классификации и проведение сравнительного анализа данных моделей.

Предмет исследования – особенности функционирования моделей бухгалтерского учета.

Объектом исследования являются модели бухгалтерского учета.

Исследованиями моделей бухгалтерского учета занимались такие ученые: Ф. Бутица, М. Лучко, С. Дж. Грэй, Д. Кортум и др. Они отмечают, что в мире не существует стран с одинаковыми моделями учёта. Однако в тех странах, где социально-экономические условия очень похожи, модели учёта имеют очень много общих признаков [2].

Необходимость классификации моделей бухгалтерского учета заключается в том, что она способствует более точному определению сходств и отличий между странами и системами бухгалтерского учета; оказывает содействие выбору системы, которая больше всего подходит стране; предоставляет возможность выбрать страну-пример для формирования системы бухгалтерского учета определенного типа [3].

Классификационные группировки моделей учета могут осуществляться по разным признакам, это вызывает многообразие существующих классификаций. Существует классификация, основаная на правовой системе и различном воздействии инфляционных процессов, в соответствии с которой выделяют: государства, которые применяют очень детальное торговое законодательство; и государства, которые применяют законодательство, регламентирующее самые общие рамки по представлению информации в финансовых отчетах. Однако самой распространенной в экономической и учетной литературе является классификация моделей учета по субъективно-географическому признаку.

В соответствии с ней можно выделить пять основных моделей: британо-американскую (Австралия, Мексика, Нидерланды, Индия, Индонезия, США, Канада, Кения, Кипр, Колумбия и другие страны со значительным британо-американским влиянием), континентальную (Австрия, Алжир, Ангола, Бельгия, Греция, Дания, Египет, Испания, Италия, Камерун, Мали, Марокко, Норвегия, Португалия, Франция, Швейцария, Швеция, Япония и др.), южноамериканскую (Аргентина, Боливия, Бразилия, Гайана, Парагвай, Перу, Уругвай, Чили, Эквадор и другие страны с нестабильной экономикой), исламскую (Иран, Ирак, Сирия, Бахрейн, ОАЭ, Катар, Саудовская Аравия

© Столяренко В. В., 2015

и другие страны Ближнего Востока) и интернациональную (ТНК и иностранные участники международных валютных рынков). В табл. 1 представлена сравнительная характеристика моделей бухгалтерского учета.

Таблица 1

Сравнительная характеристика моделей бухгалтерского учета [2; 4]

Модель	Характерные черты
Британо-американская	– является наиболее либеральной и наименее консервативной, содержит альтернативные варианты оценки и учета; – планы счетов разрабатываются компаниями самостоятельно; – сильная связь с акционерным капиталом и ценными бумагами; – наличие большого числа транснациональных корпораций; – присутствует развитый рынок ценных бумаг; – отсутствуют унифицированные планы счетов, формы отчетности; – регулирование учета профессиональными организациями; – высокий уровень профессиональной бухгалтерской подготовки, сильно развита акционерная форма собственности
Континентальная (европейская)	– ориентирована на банки и налоговые правила; – имеет регламентированную основу, но в альтернативных вариантах оценки; – допускается вариант единственного плана счетов; – профессиональные бухгалтерские организации играют не самую важную роль, но уровень подготовки бухгалтеров на очень высоком уровне; – характерна высокая зависимость от банковской системы и государства: (тесные производственные связи с банками; подробная юридическая регламентация учета и отчетности; сильное влияние ЕС); – информация, представленная в отчетах, скорее указывает на гарантированные интересы кредиторов (торговых банков) и государственных органов (налоговая администрация)
Латиноамериканская	– учет изменения цен в этих странах имеет длительную практику в связи с устойчивыми процессами инфляции; – бухгалтерская отчетность ориентирована исключительно на налоговые правила, на удовлетворение потребностей налоговых и других органов государственной власти; – жесткие требования государства к учету и контролю доходов предприятий и населения; – методология бухгалтерского учета законодательно унифицированная (отсутствует свобода выбора системы учета, то есть учетная политика жестко определена)
Исламская	– характерно значительное влияние религиозных идей; – запрет получения финансовых дивидендов как прибыли; – при оценке активов и обязательств предпочтение отдается рыночным ценам; – основной акцент делается на том, что только исламская модель экономики может обеспечить реальный баланс между материальным и духовным обществом
Интернациональная	– обеспечивает сопоставимость данных финансовых отчетностей различных корпораций; – упрощает взаимоотношения компаний на международном рынке; – обеспечивает возрастающие информационные запросы инвесторов

Следует отметить, что данная классификация моделей является наиболее общей. так как каждая страна относится к определенной модели бухгалтерского учета, но в то же время может испытывать сильное влияние другой системы. Примером этого может послужить Япония, которая относится к континентальной модели учета, но в то же время значительное влияние на нее оказывает латиноамериканская модель [5].

Также можно отметить, что во многих странах больше общих черт, чем различий, например, американская модель бухгалтерского учета очень похожа на английскую в силу исторических причин. Европейская модель также постепенно приводится к единой форме, несмотря на большое количество стран, содержащихся на континенте.

Таким образом, можно отметить, что существует множество классификаций моделей бухгалтерского учета, самой распространенной из них является классификация по субъективно-географическому признаку, по которому выделяют пять моделей: британо-американскую, континентальную (европейскую), латиноамериканскую, исламскую и интернациональную.

Дальнейшие исследования могут основываться на более глубоком изучении моделей бухгалтерского учета и сосредоточением внимания на специальных методах моделирования в рамках развития организации и методики бухгалтерского учета хозяйственной деятельности предприятий.

Научный руководитель – канд. экон. наук, доцент Часовникова Ю. С.

Литература: 1. Сук Л. К. Бухгалтерський облік : навч. посіб. / Л. К. Сук, П. Л. Сук. – Київ : Знання, 2011. – 507 с. **2.** Гурьева Е. Н. Сравнительный анализ моделей бухгалтерского учета, используемых в международной практике [Электронный ресурс] / Е. Н. Гурьева. – Режим доступа : http://science-bsea.bgita.ru/2009/ekonom. **3.** Гуляев Н. С. Основные модели бухгалтерского учета и анализа в зарубежных странах : учеб. пособие / Н. С. Гуляев, Л. Н. Ветрова. – М. : КНОРУС, 2004. – 144 с. **4.** Головко В. А. Классификация национальных систем бухгалтерского учета [Электронный ресурс] / В. А. Головко. – Режим доступа : http://5fan.info/rnarnajgeyfsyfspol.html. **5.** Умаров Х. С. Основные модели учета и отчетности в мире / Х. С. Умаров // Аудитор. – 2013. – № 6. – С. 30–35.

ПОРІВНЯЛЬНИЙ АНАЛІЗ ВЕДЕННЯ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ В УКРАЇНІ ТА НІМЕЧЧИНІ

УДК 657: 005.642.1(477) (430)

Столярова А. О.

Студент 3 курсу
факультету факультету міжнародних економчних відносин ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Проаналізовано системи бухгалтерського обліку в Україні та Німеччині, розглянуто принципи ведення бухгалтерського обліку. Здійснено порівняльну характеристику двох систем обліку: української та німецької. На основі здійсненого аналізу запропоновано методи вдосконалення ведення бухгалтерського обліку в Україні.*

Ключові слова: *бухгалтерський облік, порівняння бухгалтерського обліку, баланс підприємства, принципи бухгалтерського обліку в різних країнах, облікова політика.*

Аннотация. *Проанализирована система бухгалтерского учета в Украине и Германии, рассмотрены принципы ведения бухгалтерского учета. Осуществлена сравнительная характеристика двух систем учета: украинской и немецкой. На основе осуществленного анализа предложены методы совершенствования ведения бухгалтерского учета в Украине.*

Ключевые слова: *бухгалтерский учет, сравнение бухгалтерского учета, баланс предприятия, принципы бухгалтерского учета в разных странах, учетная политика.*

Annotation. *The accounting system in Ukraine and Germany has been analyzed in the article, also the principles of accounting have been discussed. The characteristics of the two accounting systems have been compared Ukrainian and German. On the basis of the carried out analysis have been suggested methods to improve accounting in Ukraine.*

Keywords: *accounting, comparing the accounting balance sheet, the accounting principles in different countries, accounting policy.*

Виникнення нових економічних зв'язків на міжнародному просторі, постійний розвиток економічної системи України потребують удосконалення обліку та звітності на основі вивчення і використання міжнародного досвіду.

Оскільки відбуваються досить суттєві зміни в економічному і соціальному житті країни, які вимагають серйозного вивчення та використання багатьох фундаментальних положень, прийнятих у країнах з розвиненою ринковою економікою, тому ця тема є актуальною та потребує детального вивчення.

Метою цього дослідження є порівняльна характеристика ведення бухгалтерського обліку в Україні та в Німеччині, виявлення позитивних сторін у німецький обліковій системі, які можливо впровадити в українську. А також визначення розбіжностей цих систем бухгалтерського обліку.

Об'єктом цього дослідження виступає система бухгалтерського обліку в Німеччині та в Україні, а предметом – міжнародний досвід ведення бухгалтерського обліку.

© Столярова А. О., 2015

Дослідженнями системи бухгалтерського обліку в Німеччині займались вітчизняні та зарубіжні вчені, серед них: Н. О. Мисловська, О. А. Світлична, О. В. Колокольцев та багато ін. Незважаючи на грунтовні роботи економістів, багато питань на сьогодні залишаються не розкритими.

Німеччина є членом Комітету з міжнародних стандартів фінансової звітності (МСФО), тому є гарним прикладом країни, яка використовує міжнародні стандарти у веденні бухгалтерського обліку.

Німецьке господарське право трактує бухгалтерський облік як:

- інформацію для підприємця про майно, заборгованості, прибутки, збитки, витрати та доходи;
- звіт керуючих капіталом перед інвесторами;
- основу для визначення податків і фінансового управління організаціями;
- інформацію про кредитоспроможність позичальників і використання кредитів [1].

Згідно з українським законодавством бухгалтерський облік – процес виявлення, вимірювання, реєстрації, накопичення, узагальнення, зберігання та передачі інформації про діяльність підприємства зовнішнім та внутрішнім користувачам для прийняття рішень [2].

У Німеччині, як і в Україні, основним завданням бухгалтерського обліку є хронологічний і систематичний облік всіх змін у вартості в компанії у звітному періоді. Це забезпечує основу для обліку розрахунків прибутку за певний період часу.

А одним із ключових елементів бухгалтерського обліку є річний баланс, який складений відповідно до вимог господарського та податкового права, який насамперед заснований на формалізмі та консерватизмі. Крім того, цей річний баланс є одним із основних джерел інформації для банків, акціонерів тощо.

Німецькій обліковій системі належать дві особливості: активне державне втручання в облікову політику та традиції антиіндивідуалізму. Це зумовлено історичними особливостями розвитку держави у ХХ столітті, так як на той момент у країні панувала національно-соціалістична партія, головною метою якої було жорстке контролювання всіх процесів у державі. З тих пір Німеччині притаманний консервативний характер бухгалтерського обліку.

Також у Німеччині немає офіційної вимоги складання проміжної звітності. Іншими словами, теоретично компанія зобов'язана складати звітність лише один раз на рік. Однак на практиці таке можливо нечасто, тому що існують вимоги бірж, акціонерів, власників і банків про подання звітності не раз на рік, а частіше, причому у все більш короткі терміни [3].

Що стосується структури балансу в Німеччині, то існують певні подібності з українською. Наприклад, активи підприємства розміщені за ступенем ліквідності, як і в Україні, за зростанням. Структура активу балансу має 3 групи (необоротні активи, оборотні активи, попередньо оплачені витрати і відкладена виручка), в Україні – 3 групи (необоротні активи, оборотні активи, необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття). Що стосується пасиву балансу, то, як і в Україні, він складається з 4 груп (власний капітал, довгострокові зобов'язання та забезпечення, короткострокові зобов'язання та забезпечення, зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утриманими для продажу, та групи вибуття), але не схожих за назвою (власний капітал, спеціальні статті для податкових цілей, нарахована та кредиторська заборгованість). Статті пасиву в балансі групуються за ступенем зворотності боргових зобов'язань.

Також існує схожість між принципами бухгалтерського обліку цих країн, а саме в Німеччині теж дотримуються принципу обачності, повноти, автономності, періодичності та безперервності. Але в німецькій обліковій системі, на відміну від української, існують такі принципи: правильність змісту, що передбачає записи господарських операцій у системі бухгалтерського обліку, які записані відповідно до їх змісту; тимчасові розмежування – принцип, який потребує проведення записів після здійснення господарської операції.

Організації бухгалтерського обліку в Німеччині охоплюють три основні стадії: підготовка облікових документів, бухгалтерський запис і зберігання документів.

В Німеччині проводки складаються, спираючись на законодавчо прийнятий план рахунків. Як і в Україні, план рахунків складається з 10 розділів (від 0 до 9) [4].

Підприємства залежно від галузевої приналежності, розміру, правової форми та специфіки організації виробництва виділяють із загальноприйнятої номенклатури рахунків необхідні рахунки і субрахунки, формуючи таким чином робочі плани рахунків [5].

Форми бухгалтерського обліку обраних країн суттєво відрізняються. В Німеччині існують всього лише 2 форми: бухгалтерський облік для малих підприємств (спрощений бухгалтерський облік) та підприємницький бухгалтерський облік (подвійний бухгалтерський облік). Останній різновид обліку зобов'язані вести всі занесені в торговий реєстр фірми, а так само ті незанесені в торговий реєстр підприємства, чий обсяг реалізації товарів (послуг) перевищує 350 000 євро на рік або розмір прибутку перевищує 30 000 євро на рік.

В Україні підприємства можуть використовувати такі форми ведення бухгалтерського обліку: журнальну, меморіально-ордерну, спрощену, просту та автоматизовану [2].

Таким чином, між системами обліку Німеччини та України існують певні розбіжності, багато з яких пов'язані з особливостями організації господарської діяльності. Інколи відмінності просто полягають у неточному перекладі на одну із мов, а також у мовних особливостях. Але використання німецького досвіду в веденні бухгалтерського обліку в Україні не завжди можливе із-за певних політичних, законодавчих особливостей країн.

Отже, застосовувати деякі аспекти бухгалтерського обліку можна, але на завжди ці дії будуть доречними.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Часовнікова Ю. С.

Література: 1. Pflicht zur Buchführung und Rechnungslegung [Електронный ресурс]. – Режим доступу : http://www.gesetze.ch/sr/220/220_088.htm. **2.** Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні [Електронный ресурс] : Закон України від 16.07.1999 № 996-XIV. – Режим доступу : http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/996-14. **3.** Світлична О. А. Особливості ведення бухгалтерського обліку в Німеччині [Електронный ресурс] / О. А. Світлична, О. В. Колокольцев. – Режим доступу : http://nauka.kushnir.mk.ua/?p=23242 **4.** Мисловська Н. О. Бухгалтерський облік в Німеччині / Н. О. Мисловська // Фінансовий менеджмент. – 2007. – № 3. – С. 8. **5.** Лучко М. Р. Бухгалтерський облік у зарубіжних країнах : навч. посіб. / М. Р. Лучко, І. Д. Бенько. – Київ : Знання, 2006. – 311 с.

ОСОБЕННОСТИ УЧЕТА КАССОВЫХ И ФАКТИЧЕСКИХ РАСХОДОВ БЮДЖЕТНЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ

УДК 336.764.1:336.5

Терехова Е. А.

Студент 3 курса
факультета учета и аудита ХНЭУ им. С. Кузнеца

Аннотация. *Рассмотрены особенности учета кассовых и фактических расходов предприятия как важный элемент организации бухгалтерского учета. Обоснованы взаимосвязь, отличия, аналитический и синтетический учет расходов в бюджетных организациях.*

Ключевые слова: *бюджетные учреждения, кассовые и фактические расходы, план счетов.*

Анотація. *Розглянуто особливості обліку касових і фактичних витрат підприємства як важливий елемент організації бухгалтерського обліку. Обґрунтовано взаємозв'язок, відмінності, аналітичний і синтетичний облік витрат у бюджетних організаціях.*

Ключові слова: *бюджетні установи, касові та фактичні видатки, план рахунків.*

Annotation. *The article discusses the features of the account of cash and actual expenses of the enterprise as an important element of the organization of accounting. Grounded relationship, differences analytical and synthetic accounting of expenses in budget organizations.*

Keywords: *public institutions, cash and actual expenses, the chart of accounts.*

Основной статьей имущества бюджетных учреждений являются расходы, производимые за счет бюджетного финансирования и внебюджетных источников, которые, в свою очередь, разделяются на кассовые и фактические расходы.

Постоянный учет и контроль над осуществлением расходов является одной из главных задач бухгалтерского учета в бюджетных учреждениях. Расходы бюджетных организаций определяются как сумма средств, использованных бюджетной организацией в процессе хозяйственной деятельности в пределах сумм, предусмотренных сметой.

© Терехова Е. А., 2015

Вопросу учета кассовых и фактических расходов в литературе уделяют много внимания, в частности, такие ученые, как Козлова Е. П., Белов А. Н., Джога Р. Т., Сахарцева И. И., Самойлов И. В и многие другие, которые в своих научных работах разрабатывали те либо иные аспекты учета расходов в бюджетных учреждениях.

Цель данной работы – проанализировать особенности учета кассовых и фактических расходов, установить между ними взаимосвязь и отличия.

Актуальность темы исследования определяется тем, что знание экономической классификации расходов обеспечивает ведение аналитического учета кассовых и фактических расходов согласно смете учреждения, порядок составления, рассмотрения и утверждения которого освещается в этой работе.

Первоначально хотелось бы обратить внимание на определение понятий.

Кассовые расходы – все суммы, выданные учреждением банка или органами Госказначейства с текущих бюджетных регистрационных счетов как путем безналичной оплаты счетов, так и наличными [1].

Фактические расходы – это действительные расходы учреждения, оформленные соответствующими документами, включая расходы по неоплаченным счетам кредиторов, по начисленной зарплате и стипендиям [1].

Примеры кассовых и фактических расходов: перечислены средства со счета больницы поставщику за продукты питания – кассовые расходы, а стоимость продуктов питания, израсходованных на питание больных, – фактические расходы; получение наличных со счетов в банке или казначействе в кассы для выплаты заработной платы – кассовые расходы, а сумма начисленной заработной платы – фактические расходы.

Законодательная база предусмотрена в приказе Министерства финансов Украины от 27.12.2001 № 604.

Кассовые и фактические расходы являются отдельными этапами движения бюджетных средств и объектами бухгалтерского учета. В бюджетных учреждениях кассовые и фактические расходы планируют и учитывают по единой номенклатуре расходов. Бюджетная классификация расходов положена в основу планирования расходов, их синтетического и аналитического учета. Эта классификация существенно влияет на всю организацию бухгалтерского учета и отчетности бюджетных учреждений.

Кассовые и фактические расходы взаимоувязываемые и неразрывно связаны между собой. Такое разделение и одновременно взаимосвязь позволяют при анализе расходов иметь более четкую картину использования бюджетных средств, контроля за их целевым использованием. Связь кассовых расходов с фактическими в разрезе КЭКР можно отобразить в формуле:

Фактический расход за год (период) + Кредитовый остаток на начало года (периода) – Дебетовый остаток на начало года (периода) – Кредитовый остаток на конец года (периода) + Дебетовый остаток на конец года (периода) = Кассовый расход за год (период) [2].

Однако фактические расходы, как правило, не совпадают с кассовыми ни во времени, ни в сумме, но взаимосвязь представлена такими аспектами:

- если фактические расходы превышают кассовые – это свидетельствует о погашении дебиторской задолженности, которая числилась на начало отчетного периода, либо о создании из-за получения товаров, работ, услуг без предварительной оплаты кредиторской задолженности на конец отчетного периода. Кроме того, по статьям расходов на питание, медикаменты, канцтовары, расходы на содержание автотранспорта, капитальный ремонт, превышение фактических расходов над кассовыми может быть следствием списания в отчетном периоде имущества, которое было приобретено раньше;

- если фактические расходы меньше кассовых – это свидетельствует о погашении кредиторской задолженности, которая числилась на начало отчетного периода. Осуществление предоплаты бюджетными учреждениями ограничено;

- если средства, полученные из банка или казначейства, потрачены по прямому назначению в соответствии со сметой, например, издержки за электроэнергию, газ, воду, телефон, текущий ремонт и другие услуги, то фактические расходы совпадают с кассовыми. Такие расходы называются прямыми [3].

Основной задачей кассовых операций является обеспечение контроля за целевым расходованием бюджетных средств в соответствии с утвержденной бюджетной сметой в разрезе функциональной классификации расходов бюджета; программной классификации расходов бюджета; экономической классификации расходов бюджета; ведомственной классификации расходов бюджета.

Рассматривая кассовые и фактические расходы по отдельности, можно проанализировать их синтетический и аналитический учет.

Учет кассовых расходов ведется на синтетических счетах 31 «Счета в банках» и 32 «Счета в казначействе» в разрезе соответствующих субсчетов. Кассовые расходы накапливаются по кредиту данных счетов, а по дебету записываются суммы, направленные на восстановление кассовых расходов, суммы поступившего финансирования [3].

Эти счета практически похожи между собой, но разница лишь в том, что субсчета счета 31 (кроме 318) используются учреждениями, которые финансируются из местных бюджетов и обслуживаются в учреждениях бан-

ков, а также учреждениями, которые финансируются госбюджетом, которые не переведены на казначейское обслуживание смет доходов и расходов. А так как согласно постановлению КМУ № 963 учреждения образования с 1997 года должны перейти на казначейское обслуживание, то счет 31 применяется очень редко и в тех случаях, когда учреждения открывают счет в других банках, кроме госказначейства.

Аналитический учет кассовых расходов ведется в карточке кассовых расходов, утвержденной приказом Государственного казначейства от 06.10.2000 № 100 в разрезе КЭКР. По каждому коду функциональной классификации расходов по общему и специальному фондам, по каждому виду денежных средств специального фонда ведутся отдельные карточки.

Учет фактических расходов ведется на синтетических счетах класса 8 «Расходы» Плана счетов бюджетных учреждений:

1. Счет 80 «Расходы общего фонда», который имеет субсчета;
2. Счет 81 «Расходы специального фонда», который имеет субсчета [4].

По дебету этих счетов записываются суммы фактических расходов, произведенных в течение года. По кредиту в конце года списываются суммы фактических расходов на результат исполнения сметы в зависимости от источника финансирования этих расходов, при этом дебет счета 431 «Результат исполнения сметы по общему фонду» корреспондирует с кредитом субсчетов счета 80, а дебет счета 432 «Результат исполнения сметы по специальному фонду» с кредитом субсчетов счетов 81, 82.

Аналитический учет фактических расходов ведется в разрезе КЭКР по каждому коду функциональной классификации расходов по общему и специальному фонду и по видам средств специального фонда в Карточке аналитического учета фактических расходов, форма которой утверждена приказом Государственного казначейства от 06.10.2000 № 100.

Таким образом, рассмотрев вышесказанное, можно сделать определенные выводы.

Необходимо заметить, что кассовые расходы бюджетных учреждений, финансируемых через органы Государственного казначейства, учитываются два раза: один раз в органе казначейства (при списании средств с регистрационного счета учреждения) и второй раз – в самом учреждении (при получении выписки органа казначейства с регистрационного счета) [5]. Поэтому можно надеяться, что в будущем (при полном внедрении в бюджетную сферу финансирования через органы казначейства) необходимость учета кассовых расходов непосредственно в бюджетных учреждениях отпадет, а следовательно, значительно уменьшится объем отчетных показателей о выполнении сметы расходов. Сравнительный же анализ кассовых и фактических расходов можно будет осуществлять в соответствующие сроки путем сравнения данных органов казначейства о кассовых расходах и отчетности учреждения о фактических расходах между собой.

Кассовые и фактические расходы очень тесно связаны между собой, но имеются и значительные отличия в характеристиках и синтетических и аналитических учетах.

Научный руководитель – канд. экон. наук, доцент Кудина О. Н.

Литература: 1. Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні [Электронный ресурс] : Закон України від 16.07.1999 № 996-XIV. – Режим доступа : http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/996-14. **2.** Джога Р. Т. Бухгалтерский учет в бюджетных учреждениях : учеб. пособие / Р. Т. Джога. – Киев : Финансы, 2009. – 250 с. **3.** Сахарцева И. И. Бухгалтерский учет в бюджетных организациях : учеб. пособие / И. И. Сахарцева. – Киев : Кондор, 2010. – 328 с. **4.** Самойлов И. В. Бюджетные учреждения: бухгалтерский учет, налогообложение, отчетность / И. В. Самойлов. – Киев : Главбух, 2009. – 248 с. **5.** Бюджетний кодекс України [Электронный ресурс] : Закон України від 08.07.2010 № 2456-VI. – Режим доступа : http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/2456-17. **6.** Про затвердження Плану рахунків бухгалтерського обліку бюджетних установ [Электронный ресурс] : Наказ Міністерства фінансів України від 26.06.2013 № 611. – Режим доступа : http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/z1214-13.

ОСОБЛИВОСТІ ОБЛІКУ ПАЛИВНО-МАСТИЛЬНИХ МАТЕРІАЛІВ

УДК 657:662.6/.9

Терехова К. А.

Студент 3 курсу
факультету обліку і аудиту ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Розглянуто та виділено основні особливості обліку паливно-мастильних матеріалів на українських підприємствах згідно з чиним законодавством. Описано та розглянуто види, шляхи придбання і списання паливно-мастильних матеріалів, основні первинні документи і рахунки.*

Ключові слова: *паливно-мастильні матеріали, облік, первинні документи, запаси, витрати.*

Аннотация. *Рассмотрены и выялены основные особенности учета горюче-смазочных материалов на украинских предприятиях в соответствии с действующим законодательством. Описаны и рассмотрены виды, пути приобретения и списания горюче-смазочных материалов, основные первичные документы и счета.*

Ключевые слова: *горюче-смазочные материалы, учет, первичные документы, запасы, затраты.*

Annotation. *The article examines and highlights the main features of the account of fuel and lubricants at the Ukrainian enterprises in accordance with applicable law. Described and considered views, ways of acquisition and write-off of fuel and lubricants, the main source documents and bills on which counted.*

Keywords: *lubricants, accounting, primary documents, inventory costs.*

Актуальність дослідження полягає в тому, що в сучасних умовах для безлічі компаній використання транспортних засобів, придбаних на умовах оренди або тих, які були куплені за особисті кошти і оприбутковані на балансі компанії, вважається виробничою необхідністю. А в разі якщо є автомобіль, то є і витрати на паливно-мастильні матеріали (ПММ). Ці витрати пов'язані з експлуатацією автомобіля на підприємстві.

Багато уваги приділяли вивченню питань обліку паливно-мастильних матеріалів такі вітчизняні вчені-економісти: Бабич В. В., Свідерський Є. І., Бутинець Т. А., Панасюк В. М., Ковальчук Є. К., Бобрівець С. В., Бутинець Ф. Ф. та ін. Треба визначити, що вони зробили вагомий внесок у розвиток теорії, методології, технології та організації обліку паливно-мастильних матеріалів.

Метою дослідження є обґрунтування бухгалтерської інформації на основі теоретичних і методичних рекомендацій про операції з паливно-мастильними матеріалами.

Об'єктом дослідження є порядок обліку паливно-мастильних матеріалів, процес їх зарахування на баланс, використання та списання.

Для досягнення встановленої мети потрібно вирішити завдання: знайти характерні риси в обліку ПММ на основі П(С)БО; перевірити забезпечення обліку палівно-мастильних матеріалів; визначити вартість паливно-мастильних матеріалів у розрізі витрат, які пов'язані з експлуатацією автомобільного транспорту; знайти документальне відображення паливно-мастильних матеріалів; розглянути головні умови, які більш значущі в обліку ПММ; більш точно визначити понятійний апарат паливно-мастильних матеріалів [1].

Предметом дослідження є сукупність теоретичних, методичних і практичних питань, пов'язаних із формуванням інформації в обліку щодо паливно-мастильних матеріалів.

Облік витрат на автотранспортних підприємствах (АТП) здійснюється відповідно до П(С)БО 16 "Витрати" [2] та Наказу Міністерства транспорту України "Про затвердження Методичних рекомендацій із формування собівартості перевезень (робіт, послуг) на транспорті" від 05.02.01 № 65 [3].

До паливно-мастильних матеріалів відносять дизельне паливо, бензини різних марок, тосол, автомобільне масло.

Облік паливно-мастильних матеріалів ведуть на субрахунку 203 за їх видами і місцем знаходження, наприклад, на складі або у самому автомобілі. Надходження паливно-мастильних матеріалів на підприємство здійснюється такими методами: за оплату готівкою або на поточний рахунок; за допомогою бартерних операцій; безкоштовне одержання; як внесок до статутного капіталу засновниками; при виявленні надлишків під час проведення інвентаризації.

Рішення про можливість застосування нафтопродукту за призначенням приймається на основі його паспорта. Характеристики пального, наведені в паспорті, дозволяють зробити висновок щодо погодження його стандарту і оцінити ймовірність впровадження в різних умовах експлуатації машин. У той же час дані паспорта дозволяють

© Терехова К. А., 2015

передбачити можливі відхилення в роботі двигуна від нормального режиму під час застосування цього пального і провести потрібні попереджувальні заходи та регулювання.

Згідно з П(С)БО 9 "Запаси", затвердженого наказом Мінфіну України від 20.10.1999 № 246 зі змінами та доповненнями, до складу запасів за первісною вартістю належать паливно-мастильні матеріали. Первісна вартість паливно-мастильних матеріалів складається з компонентів: вартості одержання від постачальника без непрямих податків; імпортованого мита (при імпорті); непрямих податків, тих, що не відшкодовуються підприємству; транспортно-заготівельних витрат; інших витрат, пов'язаних із придбанням та доведенням паливно-мастильних матеріалів до стану, в якому вони будуть використовуватися у запланованих цілях [4].

На думку багатьох вчених-економістів, ПММ, які були використані, можуть надходити на підприємство шляхом їх придбання підзвітною особою за допомогою талонів; із доставкою на бензозаправний пункт або склад компанії з подальшим відпуском їх у використання (експлуатацію); за готівку зі складанням авансового звіту.

Фактичне списання ПММ здійснюється згідно з Наказом Міністерства транспорту України від 10.02.1998 № 43 "Про затвердження норм витрат ПММ на автомобільному транспорті на підставі подорожніх листів" [5].

Також необхідно враховувати, що списанню підлягають не фактично витрачені ПММ (залишок пального в баку + кількість заправленого палива - залишок палива в баку після повернення автомобіля), а нормативне, розраховане витрачання ПММ.

Облік ПММ здійснюється на підставі первинних документів: як найпоширеніші документи (накладна, чек РРО), так і спеціальні, призначені для обліку руху ПММ (подорожний лист, відомість обліку видачі ПММ, картка обліку витрати палива автомобілем тощо) [6]

Таким чином, можна дійти висновків, що своєчасний, повний і правильний облік надходження та витрачання пального в кількісному й вартісному обчисленні має принципову значущість у діяльності підприємства. У наш час будь-яке підприємство не в змозі обійтися без використання автотранспортних засобів. Придбання палива за готівку далеко не завжди зручно, особливо якщо підприємство є великим автопарком, тому більшість суб'єктів господарськоі даільності переходить на безготівковий метод розрахунків та купує паливно-мастильні матеріали з упровадженням талонів та паливних карт.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Пасенко Н. С.

Література: 1. Бутинець Т. А. Бухгалтерський облік : навч. посіб. для студ. / Т. А. Бутинець, Л. В. Чижевська, С. Л. Береза. – Житомир : Рута, 2010. – 670 с. **2.** Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 16 "Витрати" [Електронний ресурс] : Наказ Міністерства фінансів України від 31.12.1999 № 318. – Режим доступу : http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/z0027-00. **3.** Методичні рекомендації із формування собівартості перевезень (робіт, послуг) на транспорті [Електронний ресурс] : Наказ Міністерства транспорту України від 05.02.2001 № 65. – Режим доступу : http://ua-info.biz/legal/basedp/ua-zmwtht.htm.. **4.** Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 9 "Запаси" [Електронний ресурс] : Наказ Міністерства фінансів України від 20.10.1999 № 246. – Режим доступу : http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/z0751-99. **5.** Про затвердження норм витрат ПММ на автомобільному транспорті на підставі подорожніх листів [Електронний ресурс] : Наказ Міністерства транспорту України від 10.02.1998 № 43. – Режим доступу : http://ukraine.uapravo.net/data/akt502/page1.htm. **6.** Бабич В. В. Бухгалтерський облік на підприємствах малого бізнесу в Україні / В. В. Бабич, Є. І. Свідерський. – Київ : Лібра, 2011. – 160 с.

АНАЛІЗ ФІНАНСОВОГО СТАНУ ПІДПРИЄМСТВА: МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ ТА ШЛЯХИ ВДОСКОНАЛЕННЯ

УДК 657.62

Тертична Ю. М.

Студент 5 курсу
факультету обліку і аудиту ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Досліджено сутність і необхідність аналізу фінансового стану підприємств у сучасних умовах. Обґрунтовано основні методичні підходи до його здійснення, їх переваги та недоліки, а також визначено особливості застосування кожного з них відповідно до специфіки підприємства та показників його діяльності.*

Ключові слова: *фінансовий стан, оцінка фінансового стану, фінансова стійкість, платоспроможність, методи оцінки фінансового стану.*

Аннотация. *Исследована сущность и необходимость анализа финансового состояния предприятий в современных условиях. Обоснованы основные методические подходы к его осуществлению, их преимущества и недостатки, а также определены особенности применения каждого из них в соответствии со спецификой предприятия и показателей его деятельности.*

Ключевые слова: *финансовое состояние, оценка финансового состояния, финансовая устойчивость, платежеспособность, методы оценки финансового состояния.*

Annotation. *This article explores the nature and the need to analyze the financial condition in the modern world. The basic methodological approaches to its implementation, its strengths and weaknesses, and peculiarities of application of each specific enterprise and performance of its activities.*

Keywords: *financial position, financial condition assessment, financial stability, solvency, methods of assessing the financial situation.*

В умовах посилення внутрішньої та зовнішньої конкуренції на ринку вітчизняні підприємства досить часто за рахунок непродуманої фінансово-господарської політики та переважно короткострокового управління втрачають свої позиції, опиняються на межі банкрутства. Тобто, пристосовуючись до нових умов господарювання, підприємства стикаються зі значними фінансовими труднощами у зв'язку з неправильним перерозподілом коштів і джерел їхнього утворення. У зв'язку з цим постає питання про створення єдиної методики оцінки та аналізу їх фінансового стану як основи подальшого ефективного функціонування.

Проблемні питання застосування методик аналізу фінансового стану, їх розвитку та адаптації до умов сучасної ринкової економіки розглянуто у багатьох вітчизняних та зарубіжних дослідженнях, сформульовано окремими авторами у тематичних публікаціях. Проблемі управління фінансовим станом підприємств та ефективності його оцінки присвячено багато публікацій, серед яких варто виділити праці Г. І. Кіндрацької, М. С. Білик, А. Г. Загородного [5], П. Я. Поповича, Г. І. Андреєва, І. Т. Балабанова, М. С. Абрютіна, В. В. Ковальова, А. П. Ковальова, М. Н. Креніна, Т. Г. Бень, А. М. Поддєрьогіна [7], С. Б. Довбня, В. О. Захарченко, М. Л. Котляр [6], В. Т. Савчук, О. С. Стоянова та багатьох інших. Вищеназваним авторам вдалось успішно розділити аналіз фінансового стану підприємства на напрямки, за якими результати є більш правильними та зрозумілими.

Метою статті є дослідження сутності, завдань і необхідності системного аналізу фінансового стану підприємства, дослідження наявних методів, принципів і методик.

Завдання дослідження: 1) виділити та проаналізувати основні методи комплексного аналізу фінансового стану підприємства; 2) запропонувати шляхи удосконалення фінансового стану підприємства й удосконалення структури процесу комплексного аналізу фінансового стану на основі узагальнення та систематизації наявних методик.

Об'єктом дослідження є фінансовий стан підприємства та фактори, що його визначають.

Предметом дослідження є методичне та інформаційне забезпечення комплексного аналізу фінансового стану підприємства.

Аналіз фінансового стану підприємства є одним із найважливіших для розуміння вихідної точки змін і прорахунку можливих варіантів дій, спрямованих на покращення ефективності функціонування підприємства. Варто зазначити, що в економічній літературі існує багато визначень «фінансового стану підприємства». Їх систематизація дає підстави говорити про те, що у найбільш загальному вигляді під фінансовим станом варто розуміти результат взаємодії всіх елементів системи фінансових відносин підприємства, який визначається сукупністю виробничо-господарських чинників, а також характеризується системою показників, що відображають наявність, способи формування, розміщення і використання фінансових ресурсів [1, с. 117].

© Тертична Ю. М., 2015

Тобто фінансовий стан – це одна з найважливіших характеристик діяльності підприємства, яка у своїй основі містить динамічні, повторювані, часто нерівномірні процеси руху фінансових ресурсів.

Для досягнення основної мети аналізу фінансового стану підприємства можуть застосовуватися різні методи аналізу. Проаналізувавши літературні джерела авторів, які досліджували це питання, можна визначити такі методи оцінки фінансового стану підприємства: формалізовані та неформалізовані, математичні та коефіцієнтні, графічні методи та моделі.

До етапів комплексної оцінки діяльності підприємства можна віднести: 1) формування системи оцінних показників; 2) оцінку одиничних показників діяльності; 2) синтез одиничних оцінок для отримання підсумкової і комплексної оцінки його діяльності [2, с. 112].

Існують два принципово різних підходи до оцінки діяльності підприємства. За першого підходу оцінка діяльності підприємства здійснюється на основі одного синтетичного показника, максимізація або мінімізація якого забезпечує прийняття оптимального рішення. Як такі показники пропонується використовувати: обсяг продажу, прибуток, собівартість продукції тощо. Однак використання цих показників має низку недоліків, зумовлених впливом на них чинників ринково-кон'юктурного характеру.

Другий підхід до оцінки результатів роботи підприємств групується на системі показників, що всебічно відображають стан і розвиток діяльності суб'єкта господарювання. Багатокритеріальний підхід на основі комплексної оцінки діяльності підприємства дає змогу одержувати не лише підсумкові відомості про рівень його роботи, а й формувати напрями підвищення ефективності виробництва і стратегічного розвитку підприємства [3, с. 234].

У практичній діяльності доцільно використовувати такі методи оцінки фінансового стану підприємства: 1. Коефіцієнтний метод базується на розрахунку системи коефіцієнтів, які свідчать про стан у різних аспектах діяльності підприємства і дають можливість виявити слабкі місця у його діяльності ще на початковому етапі. 2. Комплексний метод оцінки аналізує і групує показники за двома напрямками: стійкого фінансового стану й незадовільного. За допомогою цього методу можна відокремити проблемні напрямки в діяльності підприємства та виявити причини. 3. Інтегральний метод розглядає оцінку фінансового стану підприємства на базі розрахунку інтегрального показника, який формується в узагальнюючий показник за напрямками рівнів платоспроможності, фінансової незалежності та якості активів. 4. Беззбитковий метод передбачає розрахунок величини операційного важеля та оцінку фінансового стану підприємства показником запасу фінансової стійкості, однак він не дає повної оцінки стану підприємства. 5. Рівноважний метод заснований на досягненні рівноваги між ліквідними потоками у сфері господарсько-інвестиційної і фінансової діяльності підприємства [2, с. 112–113].

Основними критеріями вибору того чи іншого методу оцінки можуть бути: 1) Часові обмеження, якщо оцінку потрібно здійснити найближчим часом, то не рекомендується використовувати коефіцієнтний, комплексний чи інтегральний методи. 2) Обширність аналізу. Такі методи аналізу, як беззбитковий та рівноважний не враховують таких видів діяльності підприємства, як конкурентоспроможність, кредитоспроможність, ділова активність тощо. 3) Наявність доступу до детальної інформації про діяльність підприємства. Якщо така існує, варто обрати комплексний або коефіцієнтний підхід [4, с. 45].

Висновки. Отже, було виділено п'ять головних методів аналізу фінансового стану підприємства, до кожного з них подано перелік переваг і недоліків. Найбільш трудомісткими, як було виявлено в процесі аналізу, є коефіцієнтний, комплексний та інтегральний методи. Також основним недоліком перерахованих методів є відсутність стабільної сукупності нормативних значень. Більш швидкими методами оцінки виступили беззбитковий та рівноважний методи. Хоча і вони мають свої недоліки, такі як неврахування деяких сторін діяльності підприємства, а саме: конкурентоспроможність, ділова активність, кредитоспроможність, тощо. В той же час із метою її достовірності, використання у процесі управлінських рішень доцільно використовувати коефіцієнтний або комплексний метод, адже вони є найбільш обширними й охоплюють усі сфери діяльності підприємства. Ці методи представляють підприємство і всі його зв'язки як взаємопов'язану систему рухів фінансових ресурсів, що дає змогу найширше оцінити його фінансовий стан.

Результати дослідження дають можливість зробити висновки та пропозиції, що сьогодні є найнеобхіднішим: удосконалювати інформаційне та методичне забезпечення фінансового стану підприємства; розробляти методичне забезпечення процесу прогнозування фінансового стану підприємства; удосконалювати теоретичні засади формування та реалізації інформаційної системи підприємства; переглянути та доопрацювати нормативні акти, які розкривають методики аналізу фінансового стану підприємства; удосконалювати форми та методи фінансового забезпечення функціонування підприємства, тобто пошук нових ефективних шляхів фінансової діяльності; адаптувати методики аналізу до сучасних економіко-правових умов.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Писарчук О. В.

Література: 1. Білик М. Д. Сутність і оцінка фінансового стану підприємств / М. Д. Білик // Фінанси України. – 2005. – № 3. – С. 117–128. **2.** Знахуренко П. А. Комплексна оцінка фінансового стану підприємств П. А. Знахуренко, О. П. Хотомлянський // Фінанси України. – 2007. – № 1. – С. 111–113. **3.** Череп А. В. Проблеми визначення фінансового стану підприємств в умовах фінансової кризи / А. В. Череп, Л. А. Кириченко // Держава і регіони. – 2008. – № 6. – С. 233–236. **4.** Азарова А. О. Математичні моделі та методи оцінювання фінансового стану підприємства : монографія / А. О. Азарова, О. В. Рузакова. – Вінниця : ВНТУ, 2010. – 172 с. **5.** Гончаров А. Б. Фінансовий менеджмент : навч. посіб. – Харків : ВД «ІНЖЕК», 2003. – 240 с. **6.** Кіндрацька Г. І. Економічний аналіз : підручник / Г. І. Кіндрацька, М. С. Білик ; за ред. проф. А. Г. Загороднього. – Київ : Знання, 2008. – 487 с. **7.** Котляр М. Л. Аналіз фінансового стану підприємства / М. Л. Котляр // Фінанси України. – 2008. – С. 99–104. **8.** Поддєрьогін А. М. Фінанси підприємств : підручник / А. М. Поддєрьогін, М. Д. Білик, Л. Д. Буряк та ін. – Київ : КНЕУ, 2006. – 552 с.

ОБЛІК НЕМАТЕРІАЛЬНИХ АКТИВІВ У ВІТЧИЗНЯНІЙ І ЗАРУБІЖНІЙ ПРАКТИЦІ

УДК 657.421.3

Тимченко А. І.

Студент 3 курсу
факультету міжнародних економічних відносин ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Розкрито сутність поняття нематеріальних активів в Україні та за кордоном, проведено порівняльний аналіз вітчизняної та міжнародної практики обліку нематеріальних активів. Підкреслено відмінності в обліку нематеріальних активів у різних країнах, що стосуються їх переоцінки, встановлення терміну корисної експлуатації та складу.*

Ключові слова: *нематеріальні активи, справедлива вартість, термін корисної експлуатації нематеріальних активів, організаційні витрати.*

Аннотация. *Раскрыта сущность понятия нематериальных активов в Украине и за рубежом, проведен сравнительный анализ отечественной и международной практики учета нематериальных активов. Подчеркнуты отличия в учете нематериальных активов в разных странах, касающиеся их переоценки, установления срока полезной эксплуатации и состава.*

Ключевые слова: *нематериальные активы, справедливая стоимость, срок полезной эксплуатации нематериальных активов, организационные расходы.*

Annotation. *The essence of the definition of intangible assets in Ukraine and abroad was revealed, a comparative analysis of the national and international practices of accounting of intangible assets was held. Differences in accounting of intangible assets in various countries regarding their revaluation, establishment of useful life and composition were emphasized.*

Keywords: *intangible assets, fair value, useful life of intangible assets, organizational expenses.*

Через широке використання комп'ютерних програм, розвиток науки і техніки проблеми обліку та оцінки нематеріальних активів стають дедалі актуальнішими. Нематеріальні активи не тільки впливають на формування ринкової вартості підприємства, але й підвищують його інвестиційну привабливість. З огляду на це, доцільним є вивчення особливостей обліку нематеріальних активів у зарубіжній практиці та їх порівняння з обліком нематеріальних активів в Україні, що і зумовлює актуальність написання статті.

Метою статті є пошук та висвітлення подібностей і відмінностей обліку нематеріальних активів в Україні та за кордоном.

Об'єктом дослідження є практика обліку нематеріальних активів.

© Тимченко А. І., 2015

Предметом дослідження є особливості обліку та оцінки нематеріальних активів підприємства.

Питання класифікації нематеріальних активів та особливості їх обліку розглядалися вітчизняними та зарубіжними вченими, серед яких: В. Г. Гетьман, В. В. Ковальов, Б. М. Валуєв, С. Ф. Голов, Р. Рейлі, Р. Швайс та ін. Однак узагальненню відмінностей між вітчизняною та зарубіжною практикою обліку нематеріальних активів досі не приділялося достатньої уваги.

В загальному розумінні поняття нематеріальних активів є однаковим у більшості країн. До них належать активи, які характеризуються відсутністю матеріальної форми, здатністю приносити дохід та довгостроковістю використання. Подібне визначення для позначення нематеріальних активів використовується в обліку Великобританії, США, Франції та інших розвинених країнах.

Згідно з Положенням (стандартом) бухгалтерського обліку 8 (П(С)БО 8) в Україні нематеріальними активами вважаються активи, що не мають матеріальної форми, можуть бути ідентифіковані та утримані підприємством з метою використання більше року для виробництва, торгівлі, здачі в оренду тощо. Їх відображення в балансі можливе лише у випадку наявності ймовірності отримання економічних вигод від їх використання та достовірного визначення їх вартості [1].

Незважаючи на те, що визначення нематеріальних активів, загальноприйняте в Україні, відповідає визначенню, що використовується в обліку розвинених країн, ПС(Б)О 8 створює певні проблеми, пов'язані з достовірним визначенням їх вартості. Цей стандарт передбачає відображення отриманих нематеріальних активів за первісною вартістю, величину якої складає сума прямих витрат на їх створення. Більш доцільним є відображення нематеріальних активів за справедливою вартістю, яка може значно відрізнятися від історичної.

У випадку наявності значної різниці між величиною первісної та справедливої вартості нематеріального активу підприємство зазвичай змушене вдаватися до його переоцінки. Існують три основні методи оцінки нематеріальних активів: дохідний, витратний та порівняльний [2]. При цьому і у вітчизняній, і в зарубіжній практиці бухгалтерського обліку існує проблема, пов'язана з неможливістю одночасного використання двох підходів для отримання найбільш об'єктивної оцінки. Наприклад, порівняльний підхід досить важко використовувати на практиці внаслідок відсутності активного ринку для низки нематеріальних активів, тоді як витратний підхід не завжди адекватно відображає їх ринкову вартість.

Однією з проблем, пов'язаною з обліком нематеріальних активів, є встановлення терміну їх корисної експлуатації. ПС(Б)О 8, зокрема, встановлює термін 20 років. Однак зарубіжний досвід свідчить про те, що деякі нематеріальні активи, наприклад, торгові марки, можуть існувати значно більшу кількість часу. Проте проблема встановлення терміну корисної експлуатації деяких нематеріальних активів є актуальною не тільки для України, оскільки його важко розрахувати точно.

Ще однією проблемою, пов'язаною з обліком нематеріальних активів, є встановлення їх структури. Склад нематеріальних активів кожна країна формує самостійно, тому в одних країнах певні об'єкти обліку вважаються нематеріальними активами, тоді як в інших країнах вони включаються до поточних витрат підприємства. До них відносяться витрати на дослідження, рекламу, підготовку та перепідготовку кадрів, покращення ділової репутації фірми тощо [3].

Отже, одним із чинників, які породжують відмінності в обліку нематеріальних активів, є різний їх склад у деяких країнах. Зокрема, організаційні витрати можуть відноситися до нематеріальних активів або поточних витрат періоду. Організаційні витрати включають в себе оплату послуг консультантів, витрати на рекламу та підготовку документації, реєстраційні збори й інші витрати організації в період її створення до моменту реєстрації. Особливості обліку організаційних витрат у Франції, США, Німеччині та Україні відображено в табл. 1.

Таблиця 1

Облік організаційних витрат у деяких країнах

Країна	Особливості обліку
Франція	Організаційні витрати капіталізуються у складі нематеріальних активів і можуть списуватися протягом 5 років
США	Організаційні витрати входять до складу нематеріальних активів. Термін амортизації, встановлений законодавством, складає не менше 5 років
Німеччина	Витрати, що здійснюються безпосередньо самою компанією, мають бути списані відразу. Витрати, здійснені для компанії третьою особою, повинні накопичуватися і систематично амортизуватися
Україна	Організаційні витрати не входять до складу нематеріальних активів. Натомість вони вважаються поточними витратами підприємства

Узагальнено автором на підставі [3–5]

Згідно з табл. 1 в Україні, на відміну від деяких зарубіжних країн, організаційні витрати не входять до складу нематеріальних активів. Те ж саме стосується витрат на реорганізацію підприємства, дослідження, рекламу та про-

сування продукції, підвищення ділової репутації тощо (згідно з ПС(Б)О 8). Це пов'язано з тим, що для визнання об'єкта активом підприємство повинно мати гарантовану можливість подальшого отримання економічної вигоди, а також вартість активу має бути достовірно визначена. Оскільки ділову репутацію, наприклад, неможливо продати, а наукові дослідження можуть завершитися негативним результатом, то, використовуючи принцип обачності, всі ці об'єкти обліку в Україні відносять до поточних витрат підприємства.

Особливістю українського бухгалтерського обліку й одночасно основним дестабілізуючим фактором підвищення ефективності організації обліку нематеріальних активів є постійне коригування чинного законодавства. Його вдосконалення й остаточне закріплення сприятиме створенню ефективної системи обліку нематеріальних активів на українських підприємствах.

Таким чином, у загальному розумінні поняття нематеріальних активів у різних країнах не відрізняється. Можна стверджувати, що як український, так і зарубіжний облік нематеріальних активів досі потребує вдосконалення. Зокрема, для України характерні проблеми визначення структури нематеріальних активів, оцінки їх вартості, встановлення терміну їх корисної експлуатації, які існують і за кордоном, та суто національні проблеми, зокрема недостатній рівень ефективності документообігу, постійні зміни чинного законодавства.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Часовнікова Ю. С.

Література: 1. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 8 «Нематеріальні активи» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://buhgalter911.com/Res/PSBO/PSBO8.aspx. **2.** Кочерга С. В. Бухгалтерський облік у зарубіжних країнах : навч. посіб. / С. В. Кочерга. – Київ : Центр навч. літ., 2006. – 220 с. **3.** Суйц В. П. Управлінський облік : навч. посіб. / В. П. Суйц. – Київ : Центр учб. літ., 2008. – 320 с. **4.** Валуєв Б. М. Деякі актуальні проблеми аспектів бухгалтерського обліку нематеріальних активів промислових підприємств / Б. М. Валуєв // Економіст. – 2009. – № 7. – С. 32–34. **5.** Голов С. Ф. Бухгалтерський облік в Україні: аналіз стану та перспективи розвитку / С. Ф. Голов / Міжнародний менеджмент. – Київ : ЦУЛ, 2007. – 552 с.

ОСОБЕННОСТИ ОЦЕНКИ НЕМАТЕРИАЛЬНЫХ АКТИВОВ

УДК 657.421.3

Ткаченко Ю. А.

Студент 3 курса
факультета учета и аудита ХНЭУ им. С. Кузнеца

Аннотация. *Дано определение понятию «интеллектуальная собственность». Рассмотрена проблема определения методических подходов к оценке стоимости нематериальных активов. Изучены основные подходы и методы оценки стоимости объектов интеллектуальной собственности. Определены основные тенденции развития рынка интеллектуальной собственности.*

Ключевые слова: *нематериальный актив, интеллектуальная собственность, методы оценки нематериальных активов.*

Анотація. *Дано визначення поняттю «інтелектуальна власність». Розглянуто проблему визначення методичних підходів до оцінки вартості нематеріальних активів. Вивчено основні підходи та методи оцінки вартості об'єктів інтелектуальної власності. Визначено основні тенденції розвитку ринку інтелектуальної власності.*

Ключові слова: *нематеріальний актив, інтелектуальна власність, методи оцінки нематеріальних активів.*

© Ткаченко Ю. А., 2015

Annotation. *The definition of the concept of "intellectual property". The problem of determining the methodical approaches to the valuation of intangible assets. Studied the main approaches and methods of valuation of intellectual property. The main trends in the market of intellectual property.*

Keywords: *intangible assets, intellectual property, assessment methods of intangible assets.*

С развитием рыночных отношений в составе имущества предприятий появился новый вид средств, отличительной особенностью которого является отсутствие вещественно-натуральной формы – нематериальные активы. В современных условиях формирование полной информации о хозяйственных процессах практически невозможно без информации о нематериальных активах.

Данный вид необоротных активов уже имеет повсеместное применение, поэтому, чтобы вести бухгалтерский учёт в организации в соответствии с законодательными и нормативными актами, необходимо рассмотрение вопросов учёта нематериальных активов.

В последнее время в имуществе хозяйствующих субъектов неуклонно возрастает доля нематериальных активов. Это обусловлено не быстротой, а масштабами технологических изменений, распространением информационных технологий, активной инвестиционной деятельностью, обострением конкурентной борьбы, стремлением получить признание на внутреннем и мировом рынках, усложнением и интеграцией международных финансовых рынков.

Данная тема является актуальной, поскольку оценка нематериальных активов является одной из наиболее востребованных услуг в Украине в последние годы, а внедрение нематериальных активов в процесс производства получает все большее распространение.

Разработкой теоретических аспектов данной темы занимались такие ученые, как О. Бутник-Сиверский, П. Крайнева, А. Морозов, Р. Рейли, Р. Швайс и др.

Однако проблема определения методических подходов к оценке стоимости нематериальных активов остается малоисследованной. Такие вопросы, как понятие объектов интеллектуальной собственности и порядок их оценки, требуют подробного рассмотрения [1, с. 23–24].

Целью работы является рассмотрение основных методов оценки нематериальных активов.

В Украине интеллектуальная собственность стала объектом права с принятием 26 марта 2001 года Закона Украины «О собственности». Понятие «интеллектуальная» собственность, как и все вопросы, связанные с ее использованием и оценкой, являются сравнительно новыми для нашей страны.

Сегодня интеллектуальная собственность – это юридическая категория, обозначающая совокупность прав, которыми обладает лицо либо лица на результаты интеллектуальной деятельности и приравненные к ним средства индивидуализации [2, с. 83–84].

Данная категория применяется для определения результатов творческого труда человека; определения принадлежности таких результатов определенному субъекту; закрепление за этим субъектом определенных прав, связанных с разработкой и дальнейшим использованием результатов интеллектуальной деятельности.

Понятие «интеллектуальная собственность» включает в себя три основных элемента: интеллектуальный продукт или продукт умственного, интеллектуального труда, интеллектуальную собственность и нематериальный актив [3, с. 15].

В Украине методология бухгалтерского учета нематериальных активов регламентируется Положением (стандартом) бухгалтерского учета 8 «Нематериальные активы», в соответствии с которым нематериальными активами являются немонетарные активы, которые не имеют материальной формы, могут быть идентифицированы [4].

Данное определение позволяет оценивать нематериальные активы лишь с позиций традиционного метода, поскольку в отечественной практике объекты, имеющие стоимость и ценность, оцениваются с учетом расходов на их создание и амортизации. В современной экономике полезность от использования нематериальных активов может во много раз превышать расходы на его создание [5, с. 19–20].

На данный момент сложно разработать единую методику оценки объектов интеллектуальной собственности, что является одной из главных проблем, поскольку единая методика не сможет учитывать всю совокупность практического использования объектов интеллектуальной собственности.

На сегодняшний день существует несколько подходов к оценке интеллектуальной собственности, а именно: рыночный, доходный и затратный. Характеристика этих подходов представлена в табл. 1.

Кроме трех основных, наиболее точных, подходов применяют и другие методы оценки интеллектуальной собственности, более простые методы. Характеристика этих методов представлена в табл. 2.

Сравнивая рассмотренные подходы, можно сделать следующий вывод: преимуществами подоходного метода является то, что он учитывает будущие ожидания доходов и расходов предприятия, обеспечивает учет экономического старения, а также ориентируется на рыночный аспект. К его недостаткам относят сложность осуществления прогноза и ярко выраженный субъективизм.

Таблица 1

Подходы к оценке нематериальных акивов

Рыночный подход	Затратный подход	Доходный подход
При рыночном подходе используется метод сравнения продаж, когда рассматриваемый актив сравнивается с аналогичными объектами интеллектуальной собственности или интересами в этих объектах, либо с ценными бумагами, обеспеченными неосязаемыми активами, которые были проданы на открытом рынке	Используется при оценке стоимости объектов интеллектуальной собственности, если невозможно найти объект – аналог, отсутствует какой-либо опыт реализации подобных объектов или прогноз будущих доходов не стабилен. Данный подход предполагает определение стоимости объектов интеллектуальной собственности на основе калькуляции затрат, необходимых для создания или приобретения, охраны, производства и реализации объекта интеллектуальной собственности на момент оценки	Это основной из трех подходов, поскольку он наиболее часто используется на рынке интеллектуальной собственности и является наиболее обоснованным. При доходном подходе стоимость неосязаемого актива или интереса в неосязаемом активе определяется путем расчета приведенной к текущему моменту стоимости прогнозируемых будущих выгод. Данный подход включает в себя еще несколько методов оценки нематериальных активов

Таблица 2

Другие методы оценки интеллектуальной собственности

Метод	Характеристика
Метод избыточной прибыли	Данный метод используется при оценки патентов и лицензий, торговой марки, франшизы, имущественных прав. Он основан на расчете экономических выгод, связанных с получением прибыли за счет нематериальных активов, не отраженных на балансе предприятия и обеспечивающих прибыль на активы или собственный капитал выше среднего уровня
Метод восстановительной стоимости	Он заключается в суммировании затрат в рыночных ценах, существующих на дату оценки, на создание объекта, идентичного объекту оценки, с применением идентичных материалов и технологий, с учетом износа объекта оценки
Метод стоимости замещения объекта оценки	Заключается в суммировании затрат на создание ОИС, аналогичного объекту оценки, в рыночных ценах, существующих на дату проведения оценки, с учетом износа объекта оценки
Метод исходных затрат	Метод исходных затрат заключается в суммировании исторических (первоначальных) затрат, пересчитанных с учетом настоящих условий с учетом индекса изменения цен в данной отрасли

Рыночный подход выгоден тем, что основывается на рынке данных и отображает рыночные реалии между покупателями и продавцами. Его недостатки заключаются в сложности получения исходных данных на сравниваемых предприятиях, необходимости внесения ряда существенных поправок. Этот подход базируется на прошлых тенденциях и не учитывает будущие выгоды.

Что касается затратного подхода, то его преимуществами является то, что он основывается на первоначальной бухгалтерской документации и дает объективную оценку затрат. А его недостаток состоит в том, что прошлые затраты не всегда отражают возможность приносить доход в будущем.

Оценка и постановка объектов интеллектуальной собственности на баланс дает возможность не только увеличить рыночную стоимость предприятия и определить стоимость предприятия в случае купли-продажи, а и снизить базу налогообложения налога на прибыль через механизм амортизации [5, с. 22–23].

Рынок интеллектуальной собственности является одним из самых развивающихся в условиях современной экономики, однако его развитие затруднено из-за недостаточно финансирования со стороны государства данной сферы деятельности.

Несовершенство украинского законодательства привело к тому, что предприниматели не обладают определенными знаниями и навыком для внедрения объектов интеллектуальных собственностей в экономический оборот.

Определение соответствующего подхода и метода оценки стоимости объектов интеллектуальной собственности является важнейшим этапом, необходимым для бухгалтерского учета.

Научный руководитель – канд. экон. наук, доцент Фартушняк О. В.

Литература: 1. Морозов А. Н. Проблемы учета объектов интеллектуальной собственности в Украине / А. Н. Морозов // Бухгалтерский учет и аудит. – 2005. – № 2. – С. 23–28. **2.** Алексеева А. В. Облік нематеріальних активів і малоцінних та швидкозношуваних предметів : навч. посіб. / А. В. Алексеева, Ю. В. Бакун. – Київ : Київ. держ. торг.-екон. ун-т, 2000. – 83 с. **3.** Муравйова Т. А. Понятие нематериальных активов / Т. А. Муравйова // Главный

Бухгалтер. – 2006. – № 1. – С. 15. **4.** П(С)БУ 8 «Нематериальные активы» [Электронный ресурс] : Приказ Министерства финансов Украины от 18.10.1999 № 242. – Режим доступа : http://kodeksy.com.ua/ka/buh/psbu/8.htm **5.** Голов С. Учет основных средств согласно МСБУ / С. Голов // Бухгалтерский учет и аудит. – 2011. – № 4. – С. 19–23.

ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ КАПІТАЛУ КОМЕРЦІЙНОГО БАНКУ В УКРАЇНІ

УДК 336.717

Ткаченко Ю. О.
Ценко О. В.

Студент 3 курсу
факультету обліку і аудиту ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Визначенно поняття «комерційний банк», «власний капітал». Вивчено особливості формування фінансових ресурсів комерційного банку як важливої і актуальної проблеми в сучасній банківській системі України. Визначено роль і значення власного капіталу комерційного банку.*

Ключові слова: *комерційний банк, статутний капітал, фінансові ресурси, внесок у статутний капітал.*

Аннотация. *Определены понятия «коммерческий банк», «собственный капитал». Изучены особенности формирования финансовых ресурсов коммерческого банка как важной и актуальной проблемы в современной банковской системе Украины. Определены роль и значение собственного капитала коммерческого банка.*

Ключевые слова: *коммерческий банк, уставный капитал, финансовые ресурсы, вклад в уставный капитал.*

Annotation. *In the article the definition of "commercial bank", "equity". The features of financial resources of commercial banks as important and urgent problem in the modern banking system of Ukraine. The role and value of equity commercial bank.*

Keywords: *commercial bank, share capital, financial resources, capital contribution.*

Банківська система є важливою складовою частиною економічної системи кожної країни. Банки виконують роль сполучної ланки між промисловістю і торгівлею, сільським господарством і населенням. У зв'язку з цим зрозуміла необхідність і важливість банківських структур, як для розвитку бізнесу, так і для розвитку економіки країни в цілому.

Банки, як і всі суб'єкти господарських відносин, для забезпечення своєї господарської та комерційної діяльності повинні мати певну суму грошових коштів, тобто ресурси, якими вони можуть вільно распоряджатися. Банківські ресурси визначають як сукупність усіх коштів, наявних у розпорядженні банків, і використовуються для здійснення активних операцій [1].

Комплексне вивченя теоретичних і практичних питань, які пояснюють зміст ресурсів комерційного банку, процес формування, розподілу і використання ресурсної бази, є важливою і актуальною проблемою у сучасній банківській системі України, тому що саме банки формують рух та перерозподіл фінансових ресурсів суспільства. Фінансова криза негативно вплинула на всю банківську сферу, тому для банків надзвичайно важливою є проблема його капітилізації.

Провідні українські економісти А. А. Дробязко, А. М. Мороз, М. І. Савлук, О. В. Васюренко, Р. Р. Коцовська, В. І. Річаковська, Г. П. Табачук у своїх працях детально вивчали ресурсний потенціал комерційних банків, але існує потреба в подальшому дослідженні формування ресурсної бази комерційних банків.

Метою цього дослідження є вивчення особливостей формування капіталу комерційних банків в Україні.

До власних ресурсів комерційних банків відносяться:

1) банківські фонди, які створені для забезпечення фінансової сталості, комерційної і господарської діяльності;

2) прибуток, отриманий у поточному та минулому роках.

© Ткаченко Ю. О., Ценко О. В., 2015

Якісній склад банківского капіталу не постійний, його структура змінюється протягом року під вливом багатьох факторів, до яких відноситься якість активів, використання прибутку, політика банку щодо забезпечення приросту капіталу тощо [2].

Згідно із Законом України «Про банки і банківську діяльність» капітал банку – це залишкова вартість активів банку після вирахування всіх його зобов'язань. Формування та капіталізація банку здійснюється шляхом грошових внесків. Статутний капітал банку не повинен формуватися з непідтверджених джерел [3].

Функції банківського капіталу:

- забезпечує стабільність банку та в цілому банківської системи;
- підсилює довіру суспільства до банку;
- гарантує захист від можливих збитків;
- забезпечує рівномірний розподіл ризику діяльності банку серед банків, клієнтами банку, інвесторами та позичальниками [4].

Процес формування статутного капіталу комерційного банку має дяєкі особливості:

1. Банки створюються як акціонерні товариства (відкриті та закриті), товариства з обмеженою відповідальністю та кооперативні банки. Статуний капітал формується через вклади інвесторів коштів та майна або через відкриту чи закриту підписку на акції. Згідно з чинним законодавством термін відкритої підписки не повинен перевищувати шість місяців. Якщо через шість місяців не покриваються підпискою 60 % акцій, акціонерний банк вважається незаснованим. До дня установчих зборів засновники, що підписалися на акції, повинні оплатити не менше 30 % (для закритих акціонерних товариств – 50 %) номінальної вартості акцій, але не менше розміру, передбаченого ст. 31 Закону України «Про банки і банківську діяльність». Привілейовані акції банк може випустити на суму, що не перевищує 10 % статутного капіталу. Також банкам забороняється випускати акції на пред'явника [3].

2. Статутний капітал банку засновники формують тільки за рахунок власних коштів, коштів акціонерів (учасників) у грошовій формі в національній валюті України та у вільно конвертованій іноземній валюті (для нерезидентів). Якщо грошові кошти мають інше цільове призначення, то забороняється формування статутного капіталу за їх рахунок, а також за рахунок коштів, джерела походження яких не підтверджені.

3. Мінімальний розмір статутного капіталу для банків визначається у законодавчих актах. Для деяких банків цю суму може встановлювати НБУ.

4. Зареєстрований та незареєстрований статутний капітал мають відмінності у своєму призначенні, тому слід їх розріняти. Також статуний капітал має сплачену та несплачену частини.

5. Під час первинного розміщення банки повинні продавати акції за ціною, не нижчою від номінальної вартості. При продажі цих акцій за ціною, вищою, ніж номінальна вартість, виникає емісійна різниця, яка формує власний капітал банку.

6. Банк може викупити в акціонерів акції та перепродати їх, анулювати або отримувати в дар. Банк повинен здійсниті їх перепродаж або анулювання на протязі одного року з моменту придбання акцій. Банку забороняється здійснювати придбання власних акцій доти, поки не будуть оплачені всі раніше випущені акції.

7. Для придбання власних акцій або паїв банки повинні письмово повідомити НБУ про укладання угоди. Це письмове повідомлення має бути надіслане протягом п'яти робочих днів із дати укладення угод. Якщо придбання акцій може призвести до падіння регулятивного капіталу нижче за мінімальний рівень, то банку забороняється їх придбання [4].

На формування ресурсного забезпечення банку здійснюють вплив такі фактори:

- кредитна політика банку на грошово-кредитному ринку;
- рівень покриття ризиків діяльності банку власним капіталом;
- фінансова результативність банку;
- державне регулювання НБУ діяльності банку;
- податкове та валютне законодавство;
- рівень конкуренцій серед банківских установ [5].

Таким чином, капітал банку – головний показник його здатності до подальшого розвитку. Зміцнення ресурсної бази українських кредитно-фінансових установ, інтеграція банківської системи країни у світове співтовариство значною мірою залежатимуть від зростання власних капіталів банків.

Науковий керівник – канд. екон. наук, старший викладач Литвиненко А. О.

Література: 1. Меда Н. С. Особливості становлення банківської системи України та їх вплив на формування стратегії розвитку банків / Н. С. Меда // Наукові праці НДФІ. – 2011. – № 4. – С. 53–58. **2.** Ткачук Н. М. Капіталізація банку: економічна сутність і різновиди / Н. М. Ткачук // Вісник Української академії банківської справи. – 2010. – С. 49–54. **3.** Про банки і банківську діяльність [Електроний ресурс] : Закон України від 7.12.2000 № 2121-III. – Режим доступу : http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/2121-14. **4.** Основы банковского дела : [учеб. пособие по базовому курсу] / М. И. Савлук, А. Н. Мороз, А. М. Коряк и др. ; Укр. фин.-банк. шк. – Киев : КНЭУ, 1996. – 112 с. **5.** Коваленко В. В. Капіталізація банків: методи оцінювання та напрямки підвищення : монографія / В. В. Коваленко. – Суми : ДВНЗ «УАБС НБУ», 2012. – 153 с. **6.** Офіційний сайт Національного банку України [Електроний ресурс]. – Режим доступу : http://www.bank.gov.ua.

ОСНОВНІ ЗАСОБИ В ОБЛІКОВІЙ ПОЛІТИЦІ ПІДПРИЄМСТВА

УДК 657.22:658.2

Ткачук А. В.

Студент 4 курсу
факультету обліку і аудиту ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Розглянуто поняття «облікова політика», «основні засоби». Вивчено процес формування облікової політики в аспекті обліку основних засобів та запропоновано заходи щодо удосконалення організації обліку основних засобів на українських підприємствах. Виявлено основні проблеми облікової політики в аспекті обліку основних засобів.*

Ключові слова: *основні засоби, облікова політика, амортизація, групи основних засобів, вартісна межа.*

Аннотация. *Рассмотрены понятия «учетная политика», «основные средства». Изучен процесс формирования учетной политики в аспекте учета основных средств и предложены меры по совершенствованию организации учета основных средств на украинских предприятиях. Выявлены основные проблемы учётной политики в аспекте учёта основных средств.*

Ключевые слова: *основные средства, учётная политика, амортизация, группы основных средств, стоимостная граница.*

Annotation. *The article deals with the concept of "accounting policies", "fixed assets". The process of formation of accounting policy in respect of fixed assets and propose measures to improve the organization of fixed assets at the Ukrainian enterprises. The basic problem of accounting policy in respect of fixed assets.*

Keywords: *fixed assets, accounting policies, amortization of fixed assets, cost limit.*

Необхідною умовою здійснення господарської діяльності є забезпечення підприємства основними засобами. Водночас поінформованість про наявність основних засобів та постійний контроль за їх ефективним використанням мають велике значення для управління виробничою діяльністю кожного підприємства.

У сучасних умовах господарювання користувачі прагнуть одержати повну інформацію про стан і використання основних засобів. Таку інформацію має надавати бухгалтерський облік. Проте фінансова звітність не містить усіх даних, що цікавлять користувача, у зв'язку з її специфікою.

Основними причинами такої ситуації є слабка методична розробленість Положень (стандартів) бухгалтерського обліку, а також формування підприємствами необґрунтованої облікової політики, у тому числі й стосовно основних засобів.

Питання щодо облікової політики в аспекті основних засобів, а також організації обліку операцій з ними стали предметом дослідження вчених-економістів, а саме: Ф. Бутинця, А. Діденка, М. Щирби, Т. Лозової, Г. Ю. Олійника та ін.

© Ткачук А. В., 2015

Метою дослідження є розробка науково обгрунтованих рекомендацій із удосконалення процесу формування облікової політики щодо обліку основними засобами.

Об'єктом дослідження є організація бухгалтерського обліку на підприємстві.

Предметом дослідження є формування облікової політики в аспекті обліку основних засобів.

Згідно з П(С)БО 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності» облікова політика – це сукупність принципів, методів і процедур, що використовуються підприємством для складання та подання фінансової звітності.

Облікова політика на підприємстві документально оформляється у вигляді Наказу про облікову політику. Цей документ не має законодавчо закріпленої форми і складається відповідно до особливостей роботи, організаційної структури підприємства і чинної нормативно-правової бази.

Облікова політика підприємства повинна змінюватись, якщо відбулися зміни у законодавстві, що стосуються бухгалтерського обліку.

Основні засоби в цьому нормативно-правовому документі – це матеріальні активи, у тому числі запаси корисних копалин, наданих у користування ділянок надр (крім вартості землі, незавершених капітальних інвестицій, автомобільних доріг загального користування, бібліотечних і архівних фондів, матеріальних активів, вартість яких не перевищує 2500 гривень, невиробничих основних засобів і нематеріальних активів), що призначаються платником податку для використання у господарській діяльності платника податку, вартість яких перевищує 2500 гривень і поступово зменшується у зв'язку з фізичним або моральним зносом, та очікуваний строк корисного використання (експлуатації) яких з дати введення в експлуатацію становить понад один рік (або операційний цикл, якщо він довший за рік) [1].

Формування облікової політики підприємства в аспекті основних засобів базується також на положеннях П(С)БО 7. Однак деякі норми стандартів носять загальний характер, що ускладнює їх практичну реалізацію.

Для того щоб інформація про основні засоби була правильною і достовірною, а також відповідала вимогам чинного законодавства, необхідно в обліковій політиці максимально розкрити методичні засади щодо їх обліку.

На основі проаналізованих даних пропонуємо в наказі про облікову політику зазначити у розрізі таких складових:

1. Групи основних засобів, які можуть бути на підприємстві. Відповідно до Податкового кодексу виділяють 16 груп основних засобів, для кожної з яких зазначений мінімальний строк використання. Підприємство відповідно до специфіки діяльності та інших зовнішніх та внутрішніх факторів має зазначити в обліковій політиці терміни для конкретних об'єктів основних засобів, але не менше, встановлених законодавством.

2. Вартісна межа віднесення об'єктів до основних засобів. Підприємство має встановлювати вартісну межу об'єкта основних засобів відповідно до кодексу. На сьогодні вона становить 2500 гривень.

3. Порядок формування первісної та справедливої вартості основних засобів. Первісна вартість об'єктів основних засобів, що надходять на підприємство, регламентується П(С)БО 7 та п. 146 ПКУ [1].

4. Визначення методів амортизації основних засобів. Чинним законодавством передбачено такі методи нарахування амортизації основних засобів: прямолінійний, зменшення залишкової вартості, прискореного зменшення залишкової вартості, кумулятивний, виробничий. Для певних груп існують особливості застосування методів амортизації:

- для 4 та 5 груп використовують метод прискореного зменшення залишкової вартості;
- для 9, 12, 14, 15 груп – прямолінійний або виробничий метод;
- на 1 і 13 групи амортизація не нараховується;
- амортизація малоцінних необоротних матеріальних активів і бібліотечних фондів може нараховуватися за рішенням керівника підприємства у першому місяці використання об'єкта в розмірі 50 відсотків його вартості, яка амортизується, та решта 50 відсотків вартості, яка амортизується, у місяці їх вилучення з активів (списання з балансу) внаслідок невідповідності критеріям визнання активом або в першому місяці використання об'єкта в розмірі 100 відсотків його вартості [1].

5. Випадки та методика проведення переоцінки основних засобів. Вартість об'єктів основних засобів, що відображена в обліку і звітності, може не відповідати їх реальній вартості. Тому підприємства мають право здійснювати переоцінку об'єктів основних засобів. Чинні стандарти не відносять переоцінку до обов'язкових заходів. Тому підприємство самостійно приймає рішення щодо необхідності її проведення. Слід пам'ятати, що коли переоцінюється певний об'єкт основних засобів, необхідно також переоцінити всі інші об'єкти відповідної групи основних засобів.

Для ефективної роботи необхідно в обліковій політиці зазначити перелік первинних документів, які використовують для обліку основних засобів (вони можуть бути розроблені на цьому підприємстві). Після розробки необхідних форм первинних документів, розроблених самостійно, на підприємстві варто сформовано робочий

альбом первинних документів, обов'язкових до застосування на ньому. Ці заходи дозволять розширити інформаційну ємність та прискорить процес одержання необхідної для управління інформації.

Значну частину активів підприємства складають основні засоби. Тому їх обліку на підприємстві необхідно приділити значну увагу. Через зміни в податковому законодавстві необхідно вдосконалити облікову політику підприємства. З цієї причини були запропоновані основні питання і їх зміст, що мають врахувати підприємства під час організації обліку основних засобів.

Напрямками подальших досліджень може виступати управління основними засобами в сучасних умовах господарювання.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Волошан І. Г.

Література: 1. Податковий Кодекс України [Електронний ресурс] : Закон України від 02.12.2010 № 2755-VI. – Режим доступу : http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/2755-17. **2.** Бухгалтерський фінансовий облік : підручник / Ф. Ф. Бутинець, О. С. Бородін та ін. ; під ред. Ф. Ф. Бутинця. – 2-ге вид. – Житомир : Рута, 2000. – 608 с. **3.** Щирба М. Документальне оформлення облікової політики підприємства / М. Щирба // Економічний аналіз. – 2008. – № 2 (18). – С. 400–405. **4.** Лозова Т. І. Облікова політика: проблеми формування / Т. І. Лозова // Вісник Криворізького економічного інституту КНЕУ. – 2009. – № 1 (17). – С. 59–70. **5.** Діденко А. Н. Сучасне діловодство : навч. посіб. / А. Н. Діденко. – Київ : – Либідь, 2001. – 384 с.

ДЕРЖАВНА ПІДТРИМКА МАЛОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ

УДК [351.82: 334.722](477)

Тріщова Д. А.

Студент 3 курсу
факультету обліку і аудиту ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Розглянуто основні проблеми малого бізнесу в Україні. Визначено необхідність розвитку малих підприємств як основи для стабілізації економіки країни. Визначено комплекс дій для вирішення основних проблем у державній підтримці України.*

Ключові слова: *державна політика, суб'єкти малого бізнесу, фінансове забезпечення.*

Аннотация. *Рассмотрены основные проблемы малого бизнеса в Украине. Определена необходимость развития малых предприятий как основы для стабилизации экономики страны. Определен комплекс действий для решения основных проблем в государственной поддержке Украины.*

Ключевые слова: *государственная политика, субъекты малого бизнеса, финансовое обеспечение.*

Annotation. *In the article the basic problems of small business in Ukraine. The necessity of development of small enterprises as the Foundation for stabilizing the country's economy. By reasoning and findings identified a set of actions to address major issues in state support of Ukraine.*

Keywords: *public policy, small businesses, financial security.*

У сучасних умовах господарювання розвиток малого бізнесу можна вважати визначальною умовою еволюції економічної системи будь-якої держави. Мале підприємництво є особливим сектором ринкової економіки, що становить основу дрібного виробництва та здійснює швидку окупність витрат виробництва, розширює межі свободи ринкового виробу, забезпечує насичення ринку товарами, послугами та додатковими робочими місцями, сприяє послабленню монополізму й в економіці. У такому контексті підтримка стимулювання розвитку малого бізнесу має бути одним зі стратегічних завдань державної регуляторної політики в економічній сфері. Зміцнення

© Тріщова Д. А., 2015

та подальший розвиток позитивних тенденцій становлення малого підприємства вимагає належної правової основи його функціонування та активної державної підтримки. Базовим законом, що визначає правові та економічні засади державної політики у сфері розвитку малого і середнього підприємства, є Закон України «Про розвиток та державну підтримку малого і середнього підприємства в Україні» від 22.03.2012 № 4618-VI [1].

Актуальність теми полягає в тому, що розвиток малого підприємства в Україні є неефективним, адже воно ризикове. Близько 5 % з числа новостворених підприємств можна вважати успішними, 35 % зникають вже протягом першого року діяльності, решта – 60 % ледве зводить кінці з кінцями [2]. Багато українських і західних економістів, таких як А. Жаліло, О. Власик, Г. Бонет, розглядають ці проблеми і визначають основні системоутворюючі функції малого бізнесу, висловлюють свої пропозиції стосовно його розвитку. Але на сьогодні це питання є недостатньо розглянутим як у науковому, так і в практичному аспектах, тому потребує подальшого вивчення і вдосконалення.

Метою цієї статті є дослідження умов функціонування малого бізнесу в Україні в контексті його підтримки державою та обґрунтування основних перспектив його розвитку.

Об'єктом дослідження є малі та середні підприємства.

Предметом дослідження є державна підтримка малого бізнесу.

Частиною 1 ст. 15 Закону України «Про розвиток та державну підтримку малого і середнього підприємства в Україні» від 22.03.2012 № 4618-VI визначено, що державна підтримка суб'єктів малого та середнього підприємництва включає фінансову, інформаційну, консультативну підтримку, у тому числі підтримку у сфері інновацій, науки, промислового виробництва, підтримку суб'єктів малого та середнього підприємства, що проводять експортну діяльність, підтримку у сфері підготовки, перепідготовки і підвищення кваліфікації управлінських кадрів і кадрів ведення бізнесу. Фінансова державна підтримка суб'єктів малого підприємництва на державному рівні реалізується в рамах бюджетної програми «Мікрокредитування суб'єктів малого підприємництва», обсяг фінансування якої щорічно затверджується Законом України про Державний бюджет України на відповідний рік [1].

Основними чинниками, які заважають розвитку малого підприємництва, є:

- збільшення адміністративних бар'єрів (реєстрація, ліцензування, сертифікація, системи контролю і дозвільної практики, регулювання орендних відносин тощо);
- відсутність реальних і дієвих механізмів фінансово-кредитної підтримки;
- надмірний податковий тиск і обтяжлива система звітності;
- невпевненість підприємців у стабільності умов ведення бізнесу;
- надмірне втручання органів державної влади в діяльність суб'єктів господарювання.

Розвиток державної підтримки є досить повільним процесом, хоча існує багато програм, проте вони є малодієвими. Тому потрібно розробити один проект з розвитку малого бізнесу, який буде точним, враховувати якомога більше деталей та забезпечити його реальне виконання. Держава може бути організатором цього проекту. Краще, якщо вона залучатиме і недержавний сектор, у тому числі й малі фірми. Перед нашою державою постає завдання сформувати розгалуджену систему малого бізнесу, яка повинна стати важливою складовою національної економіки.

Інтенсивний розвиток малих підприємницьких структур не може не відбуватися без втручання держави. Держава як інституційна основа розвитку національної економіки і суспільства має брати активну участь у формуванні політики щодо сприяння розвитку підприємницьких структур. Для цього вона повинна використовувати економічні важелі та механізми сприяння. Також потрібно звернути увагу на ті країни, де розвиток підприємства на високому рівні, у разі необхідності – запозичити його.

Державна підтримка розвитку малого бізнесу повинна включати насамперед формування сприятливого податкового середовища. Для новостворених фірм слід запровадити податкові пільги – це сприятиме розвитку власного бізнесу. Потребують пільгового оподаткування фірми, які працюють у пріоритетних умовах діяльності. На думку автора, доцільно розвивати пільгову систему кредитування малого бізнесу. Доцільно надавати довгострокові послуги (понад 5 років) під пільговий відсоток підприємствам, які уже мають 2/3 капіталу для здійснення інвестицій. Така фінансова підтримка надасть можливість підприємству акумулювати необхідні фінансові ресурси для реалізації бізнесу, прискорить окупність проекту. Умовою надання пільгової позики має бути наявність у підприємницької структури більшої частини необхідного капіталу, що мінімізує ризик неповернення кредиту.

Основним засобом державної підтримки малого бізнесу є банківський кредит. Але банківські установи не бажають мати справу з таким клієнтом, як малий бізнес. Причини цього такі:

- відсутність застави;
- надто малий розмір позики і на короткий термін;
- значний ризик;
- незначні прибутки в абсолютному вираженні порівняно з кредитуванням серйозніших постачальників.

Для цього сектора економіки через занадто високі ставки кредитування на ринку банківські кредити є недоступними. Тому в цій ситуації державні позики мають стати реальним джерелом формування фінансових ресурсів малого підприємництва [3].

У реалізації державної політики сприяння малому бізнесу активна роль належить Державному центру зайнятості України, який згідно з чинним законодавством надає безвідсоткові кредити безробітним для заняття підприємницькою діяльністю. На жаль, обсяги кредитування цієї структури не можуть задовольнити наявного великого попиту з боку суб'єктів малого підприємництва щодо отримання фінансово-кредитної допомоги.

Враховуючи обмежені фінансові можливості держави, фінансово-кредитна політика повинна будуватися на принципах широкого залучення різних недержавних джерел фінансування. Недержавні організації, місія яких полягає у формуванні сприятливих умов для розвитку підприємництва (в тому числі й у фінансовій сфері), створюється за рахунок накопичення капіталів підприємців, підприємницьких структур комерційного характеру, комерційних банків тощо. Завдання держави полягає у стимулюванні цього процесу та створенні для нього відповідних умов.

Одним із важливих напрямів підтримки малого бізнесу може стати запровадження державою механізму стимулювання комерційних банків до надання позик (пільгових) малим підприємствам. Його істотним елементом може бути звільнення від оподаткування банківських коштів, що спрямовуються у фонд кредитів малому бізнесу, та надання державної гарантії повернення позики. Варто поширити на сектор малого підприємництва і новітні банківські послуги, а саме факторинг, фінансовий лізинг та овердрафт [4].

Постає завдання стимулювати розвиток фінансового небанківського сектора в Україні, який формується на основі розвитку фондів підтримки підприємництва, водночас із інноваційними й інвестиційними фондами, страховими та лізинговими компаніями, фінансово-кредитними установами, гарантійними фондами тощо. Зокрема, фінансові та кредитні ринки, що сформувалися за останні десять років в Україні, не забезпечують потреб підприємницьких структур у фінансово-кредитних ресурсах. Тому для розв'язання підтримки фінансового забезпечення суб'єкти малого бізнесу повинні самоорганізовуватися, наприклад, для взаємного фінансування. Такі товариства повинні організовуватись добровільно, за рахунок добровільних внесків. Завданням таких організацій має бути вирішення проблем покриття тимчасових фінансових потреб суб'єктів малого підприємництва власними силами, без залучень бюджетних коштів.

Важливим фактором, який позитивно вплине на формування фінансового забезпечення малого підприємництва, є застосування різних форм забезпечення, а саме гарантій повернення позикових коштів підприємницьким структурам. Механізм державного гарантування кредитів для малого підприємництва базується переважно на авторитеті держави як безперечно платоспроможного та відповідального гаранта позик [5]. Також держава повинна залучати недержавне гарантування. Підсумовуючи вищесказане, зазначимо, що існують проблеми, які перешкоджають повноцінному розвитку малого бізнесу. Однією з найголовніших перешкод більшої частини підприємництва є проблема пошуку та отримання фінансових ресурсів.

Одним із значущих напрямів розвитку малого бізнесу є матеріально-технічна та інноваційна підтримка. Забезпечення сприятливих умов для розвитку малих підприємств має передбачати розробку та впровадження механізму передачі малим фірмам виробничих площ та виробничих потужностей, у тому числі й тих, що вивільняються у процесі ліквідації або реорганізації підприємств-банкрутів, формування розвинутого ринку нерухомості, розробку механізму передачі малим підприємствам нових технологій, а також обладнання, яке необхідне для здійснення бізнесу, на пільгових умовах, розширення сфери надання робіт і поставок для державних потреб, сприяння забезпеченню їх матеріально-технічними та іншими ресурсами з боку державних структур.

Таким чином, можна дійти висновку: для того щоб поліпшити функціонування малих підприємств у країні, вирішити різні економічні проблеми і перешкоди, необхідно здійснити комплекс фінансових, технічних і інформаційних заходів підтримки малих підприємств, а саме:

- використати гарантійні фонди кредитування малих підприємств;
- страхувати комерційні ризики;
- надавати пільгове кредитування і часткову компенсацію процентних ставок за кредитами;
- забезпечити спрощені режими оподаткування і податкові пільги;
- надавати фінансову підтримку інноваційної діяльності;
- надавати компенсацію витрат на інформаційне обслуговування і на отримання патентів, захист авторських прав тощо;
- фінансувати проекти, які здійснюють малі підприємства.

Упровадження цих заходів допоможе створити сприятливі умови для розвитку та функціонування малого бізнесу у країні в умовах економічної кризи.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Часовнікова Ю. С.

Література: 1. Про розвиток та державну підтримку малого і середнього підприємства в Україні [Електронний ресурс] : Закон України від 22.03.2012 № 4618-VI. – Режим доступу : http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/4618-17 **2.** Квасний Л. Г. Мале підприємство в Україні: проблеми та перспективи / Л. Г. Квасний // Бізнес Інформ. – 2011. – № 12 (1). – С. 69–72. **3.** Жаліло Я. А. Малий і середній бізнес у пошуках місця в стратегії економічного зростання в Україні / Я. А. Жаліло. – Київ : Альтерпрес, 2002. – 400 с. **4.** Єпіфанова І. М. Основні аспекти розвитку малого бізнесу в Україні / І. М. Єпіфанова // Труды Одесского политехнического университета. – 2009. – № 1 (31). – С. 211–215. **5.** Круш П. В. Національна економіка : підручник / П. В. Круш, С. О. Тульчинська, М. В. Шашина та ін. ; за ред. П. В. Круша. – Київ : Каравела, 2008. – 428 с.

РОЗДРІБНА ТОРГІВЛЯ ТОВАРАМИ ЧЕРЕЗ ТОРГОВІ АВТОМАТИ

УДК 658.841.4

Тріщова Д. А.

Студент 3 курсу
факультету обліку і аудиту ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Розглянуто особливості ведення обліку роздрібної торговлі товарами через торгові автомати. Визначено переваги і недоліки, зазначено нормативну базу здійснення цієї діяльності, а також проведено оцінка прибутковості вендингової торгівлі.*

Ключові слова: *вендинг, роздрібна торгівля, торговий автомат, суб'єкти господарської діяльності.*

Аннотация. *Рассмотрены особенности ведения учета розничной торговли товарами через торговые автоматы. Определены преимущества и недостатки, указана нормативная база осуществления данной деятельности, а также проведена оценка доходности вендинговой торговли.*

Ключевые слова: *вендинг, розничная торговля, торговый автомат, субъекты хозяйственной деятельности.*

Annotation. *This article considers the peculiarities of accounting of retail sales through vending machines. It identifies advantages and disadvantages are listed regulatory framework of implementation of this activity, as well as an assessment of profitability of vending trade.*

Keywords: *vending, retail trade, vending machine, business entities.*

У зв'язку з прискоренням ритму життя, в період технічного та інформаційного прогресу, люди намагаються все встигнути, все менше залишається часу на відвідування магазинів, ринків і супермаркетів. Тому стрімко набирає обертів торгівля через мережу Інтернет і торгові автомати. Час автоматизованого продажу товарів практикується в усьому світі, адже торгівля через торгові автомати (або, як її ще називають, вендинг) зручна не тільки тим, що ми можемо задовольнити свої потреби, не змінюючи маршрут, але ще й тим, що вони можуть працювати цілодобово, без торгового персоналу. Багато українських і західних економістів, таких як Завгородній В. П., Власик О. С., Бонет Г. С, Климова М. А. розглядають це питання у своїх працях.

Вендинг – це один із видів роздрібної торгівлі, який передбачає продаж товарів і послуг за допомогою автоматизованих систем (торговельних автоматів або терміналів).

Торгівля через вендингові автомати, або просто вендинг, останнім часом бурхливо розвивається в Україні, навіть в умовах кризи. У такої торгівлі багато переваг:

– технічна простота установки: мала площа, яку вони займають, звичайне електроживлення, магістральне (автономне) водопостачання;

© Тріщова Д. А., 2015

– можлива цілодобова торгівля без участі людини;

– вендор не витрачає кошти на обслуговуючий персонал, лише на оренду автоматів, а також на витратні матеріали та продукцію;

– можливість не використовувати касові апарати і застосувати спрощену систему оподаткування, обліку та звітності.

Найбільш поширеними є вендингові автомати з продажу чаю, кави, безалкогольних напоїв на розлив і снек-автомати (автомати з продажу закусок). Однак існує ряд обмежень на товари вендингової торгівлі. Зокрема, заборонено торгувати: алкогольними напоями та тютюновими виробами; вогненебезпечними товарами побутової хімії, піротехнічними іграшками, паливно-мастильними матеріалами; виробами, реалізація яких заборонена законодавчими актами; товарами, які не мають супровідних документів та документів, що підтверджують якість та безпеку товарів, наявність яких обумовлено нормативними актами.

Вендинг залучає зараз багатьох суб'єктів господарювання насамперед можливістю за мінімальних витрат і без залучення великої кількості найманих працівників розширити свій бізнес. Окупність торгового автомата не перевищує 11–14 місяців, термін служби досягає 25 років. Прибуток, який приносить така машина, становить 100–300 % річних із тих коштів, які були витрачені на них, тобто окупність за термін служби автомата досягає 30–40 разів [1].

Вендинговий (торговий) автомат – це роздрібна торговельна точка, діяльність якої регламентується законодавством України. Торговельні автомати відносяться до пунктів некапітальної забудови (пунктів дрібнороздрібної торговельної мережі, за якої приміщення не мають торговельного залу для покупців). Міністерство економіки України торговельні автомати відносить до стаціонарних точок як до об'єкта торгівлі. Тому господарюючому суб'єкту необхідно мати дозвіл на здійснення торгівлі через торговельні автомати, яке видається органами місцевого самоврядування. Встановлено, що торговий автомат є пересувною малою архітектурною формою, тобто спорудою, що не має закритого приміщення для тимчасового перебування людей, тому для установки торгового автомата на земельній ділянці необхідно отримати дозвіл на розміщення малої архітектурної форми за встановленою формою, яке видається органом містобудування та архітектури за умови виникнення права на земельну ділянку. Порядок отримання цього дозволу регламентується «Правилами розміщення малих архітектурних форм для здійснення підприємницької діяльністю» [2]. Цей дозвіл не потрібний, якщо торговий автомат розміщений:

– на платформах інженерних споруд;

– на території ринку;

– всередині приміщень на частині їх площі.

Потрібно укласти договір оренди з власниками приміщень (площ) та отримати дозвіл від органів державного пожежного нагляду. Також необхідно узгодити асортимент товару з санепідемстанцією. Підставою для видачі «Дозволу на розміщення об'єкта торгівлі» є заява, подана суб'єктом у райдержадміністрацію за місцем встановлення цього об'єкта торгівлі.

Місце розміщення торгового автомата на території ринку визначається на підставі затвердженої проектної документації ринку. Розміщення його на платформах інженерних споруд, усередині приміщень здійснюється на частині їх площі за погодженням відповідних органів державного нагляду залежно від функціонального призначення, на підставі договору оренди з власником приміщення або уповноваженою ним особою.

При здійсненні вендингу слід керуватися запропонованими правилами, зазначимо такі: продавець зобов'язаний забезпечити наявність однакових і чітко оформлених цінників на реалізовані товари із зазначенням найменування товару, його сорту, ціни за одиницю ваги або одиницю товару, країни походження товару, а також підпис особи, уповноваженої продавцем, дати оформлення цінника [3].

Суб'єкти господарської діяльності повинні реалізувати товари через торговельні автомати тільки за наявності документів, що засвідчують їх якість та безпеку. Господарюючий суб'єкт, який здійснює автоматизовану торгівлю, зобов'язаний мати документи на товари, що реалізуються через автомати: товарно-транспортні накладні, прибутково-видаткові накладні, приймальні акти, сертифікати відповідності чи свідоцтва про визнання відповідності, копії гігієнічних висновків. Під час прийому виручки від здійснення вендингу необхідно врахувати, що організації при продажу товарів, виконанні робіт, наданні послуг повинні приймати готівкові грошові кошти і (або) банківські пластикові картки як засіб здійснення розрахунків із застосуванням автоматичних електронних апаратів, торгових автоматів із вбудованим касовим обладнанням для забезпечення реєстрації та некоректованого обліку прийнятих готівкових коштів і друку платіжного документа або із засобом контролю податкових органів.

Автомат із продажу товарів (послуг) – це реєстратор розрахункових операцій, який в автоматичному режимі здійснює видачу за готівкові грошові кошти або із застосуванням платіжних карток, жетонів тощо товарів (послуг) і забезпечує відповідний облік їх кількості та вартості. Торгові автомати, як і інше подібне обладнання, призначені для операцій із продажу товарів (послуг) без видачі покупцю чеку, іншого звітного документа за готівкові кошти

або їх замінники (картки платіжних систем) без участі фізичної особи, яка контролює здійснення оплати таких товарів (послуг) [4].

У Держреєстр занесені тільки контрольний пункти проходу пасажирів у метрополітені та автомати з оформлення проїзних документів на проїзд приміського значення. Для роботи через торговий автомат необхідно підключити до нього РРО, який занесений до держреєстру. При цьому повинні дотримуватися всі вимоги щодо реєстрації та ведення Книги обліку розрахункових операцій на підставі щоденних Z-звітів, здачі звітності по РРО, інкасації виручки.

Торгувати через торговий автомат без підключення до нього РРО можуть приватні підприємці (фізичні особи) – платники єдиного та фіксованого податку, оскільки їм дано право не застосовувати РРО при продажу товарів (крім підакцизних) або надання послуг.

Контроль за дотриманням суб'єктами підприємницької діяльності порядку проведення розрахунків за товари (послуги), інших вимог цього закону покладено на органи державної служби шляхом проведення планових або позапланових перевірок. У випадку, якщо встановлено використання незареєстрованої РРО, порушникові загрожує штраф у розмірі двадцяти неоподаткованих мінімумів доходів громадян, а його посадовим особам і працівникам – адміністративний штраф [4].

Приватні ж підприємці – платники фіксованого та єдиного податку – мають право на автоматизовану торгівлю, але у випадку, якщо вони не здійснюють продаж підакцизних товарів (крім пива на розлив), платники єдиного податку повинні також вести книги обліку доходів і витрат. Планава перевірка зазначених приватних підприємців здійснюється органами Державної податкової служби не частіше одного разу за підсумками звітного календарного року, позапланова перевірка може здійснюватися виключно на підставі постанови слідчого або відповідного дозволу з суду.

Оскільки законно застосовувати торговельні автомати можуть тільки фізичні особи – підприємці, питання про збір виручки, а отже, і про касові операції з готівкою для них не настільки актуальний, як для юридичних осіб. Підприємцем не встановлюються ні ліміт каси, ні терміни здачі виручки в банк [5]. І це природно, так як будь-яка виручка – це особисті кошти підприємця, облік яких необхідний для контролю над граничною сумою виручки, перевищення якої може призвести до переходу на загальну систему оподаткування. Але підприємці здійснюють такий контроль шляхом ведення книг обліку доходів і витрат, тому й касові книги вони зазвичай не ведуть. Періодичність вилучення виручки з торгових автоматів підприємець встановлює для себе самостійно.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Пасенко Н. С.

Література: 1. Розвиток вендингу в Україні : підручник / І. І. Дахно. – Житомир : Рута, 2012. – 354 с. **2.** Типові правила розміщення малих архітектурних форм для здійснення підприємницької діяльності [Електронний ресурс] : Наказ Міністерства будівництва, архітектури та житлово-комунального господарства України від 13.10.2000 № 227. – Режим доступу : http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/z0755-00. **3.** Роздрібна торгівля : підручник / О. С. Власик. – Запоріжжя : Обрій, 2012. – 210 с. **4.** Про застосування реєстру розрахункових операцій у сфері торгівлі, громадського харчування та послуг [Електронний ресурс] : Закон України від 06.07.1995 № 266/95-ВР. – Режим доступу : http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/Z950265.html. **5.** Про затвердження Положення про ведення касових операцій у національній валюті в Україні [Електронний ресурс] : Закон України від 15.12.2004 № 637. – Режим доступу : http://sfs.gov.ua/zakonodavstvo/podatkove-zakonodavstvo/normativno-pravovi-akti-z-pitan-kpr/postanovi-pravlinnya-nbu/61721.html.

УВЕЛИЧЕНИЕ ПРОДАЖ В РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛЕ СРЕДСТВАМИ МЕРЧАНДАЙЗИНГА

УДК 658.82

Трещева Д. А.

Студент 3 курса
факультета учета и аудита ХНЭУ им. С. Кузнеца

Аннотация. *Рассмотрена роль мерчандайзинга в различных торговых точках. Определен комплекс действий и мер, которые позволят фирмам увеличить свои продажи в розничной торговле с помощью средств мерчандайзинга.*

Ключевые слова: *мерчандайзинг, розничная торговля, торговая точка, товар.*

Анотація. *Розглянуто роль мерчандайзингу в різних торгових точках. Визначено комплекс дій і заходів, які дадуть змогу фірмам збільшити свої продажі в роздрібній торгівлі за допомогою засобів мерчандайзингу.*

Ключові слова: *мерчандайзинг, роздрібна торгівля, торговельна точка, товар.*

Annotation. *The article discusses the role of merchandising in different outlets. By reasoning and findings identified a set of actions and measures that will allow firms to increase their sales in retailing by means of merchandising.*

Keywords: *merchandising, retail, point of sale, the goods.*

В последние годы в розничную торговлю ворвалось и заняло почетное место красивое и не всем понятное слово – мерчандайзинг. О нем пишут, его изучают и внедряют, с его помощью увеличивают продажи. Мерчандайзинг вызывает самые разные реакции, не оставляя равнодушным никого. В чем же причина такого неоднозначного отношения к этому инструменту розничной торговли? И какую роль играет мерчандайзинг в различных торговых точках?

Мерчандайзинг – это комплекс мероприятий, направленных на увеличение розничных продаж. В его основе лежит знание и учет физиологии человека и психологии его поведения в процессе совершения покупки.

В результате соблюдения законов и правил мерчандайзинга в торговой точке создаются такие условия, при которых покупатели чувствуют себя свободно, комфортно и легко настраиваются на покупку. Это достигается за счет удачного зонирования торгового пространства и формирования нужных маршрутов движения покупателей. Важную роль в мерчандайзинге играет правильная выкладка товара, которая управляет вниманием посетителей и представляет продукцию в выгодном свете. Кроме того, хорошо выстроенная система мерчандайзинга дает посетителям основную информацию о товаре и тем самым практически полностью выполняет функцию продавца [1].

В условиях современной экономической ситуации любая компания, которая стремится успешно работать на рынке потребительских товаров, должна ориентироваться не только на качество и актуальность выпускаемой продукции, на своевременную доставку её в торговые точки, но и задумываться о мерчандайзинге своей продукции. Применение мерчандайзинга имеет такое же значение для успешной продажи разработка продукции, как создание бренда товара, проведение рекламных акций различного рода. Данный инструмент маркетинга позволяет эффективно продвигать тот или иной товар, марку именно в торговом зале, где непосредственно принимается решение о покупке.

Мерчандайзинг изучался такими учеными, как: Парамонов М., Казер М., Пунчева В., Зарубов Е., Бойко Г., Вакунов Г., Михайленко Ю.

Целью данной статьи является исследование мерчандайзинга как способа продвижения товара.

В современных условиях мерчандайзинг зарекомендовал себя в розничной торговле как действенный способ выделить уникальные преимущества товара в условиях конкурентной борьбы, когда лучшим способом продвижения являются мероприятия по стимулированию продаж, а не прямая реклама. Около 65 % решений о покупке принимается в магазине под воздействием атмосферы торгового зала, что и предопределяет активизацию использования мерчандайзинга.

Применение мерчандайзинга необходимо уже при проектировании магазина. Разработка концепции магазина, специфики зонирования позволяет получить прибыль и обеспечить товарооборот с каждого квадратного метра площади [2].

Чтобы привлечь внимание покупателя к конкретному товару, не всегда стоит тратить огромные средства на рекламу. Тем более что в последнее время доверие потребителей к информации, которую несет в себе реклама,

© Трещева Д. А., 2015

снижается. Современный покупатель более тщательно взвешивает предлагаемые варианты, лучше ориентируется в сфере розничной торговли и приобретает товар в соответствии с общей жизненной стратегией. Тот же результат, но с меньшими затратами можно получить, создавая определенные условия, которые подтолкнут его сделать покупку в тот момент, когда он уже находится в магазине и видит товар. Важно также, чтобы возникало впечатление доброжелательности. Для этого необходимы точное и своевременное информирование, вежливый и компетентный персонал, качественные товары, разнообразные услуги. С целью создания таких условий применяются следующие приемы мерчандайзинга:

- дизайн магазина;
- ассортимент товаров;
- величина торгового запаса;
- расположение товаров на полках;
- освещение;
- звуки и музыка;
- цветовая блокировка;
- рекламная поддержка товаров;
- эффективная презентация.

Рассмотрим более подробно каждый из указанных приемов [3].

Дизайн магазина. Чтобы максимизировать продажи, необходимо сформировать определенный имидж своего магазина, а основной фактор в разработке имиджа – это дизайн. Одним из наиболее важных инструментов дизайна является цвет. Цвет – это первое, что замечает человек, входя в магазин. Грамотное цветовое планирование позволяет воздействовать на решение покупателя в пользу продвигаемого товара. Покупатели, взглянув на витрины, за считаные секунды обнаруживают модные тенденции и новые цветовые идеи, а также быстро улавливают обращенное к ним маркетинговое послание.

Основанная на цвете экспозиция товара в магазине естественным образом влияет на торговую систему. В первоклассных экспозициях превалирует всего один, доминантный цвет, и ему, как правило, уделяется до 80% внимания.

Ассортимент товаров. Что касается ассортимента товаров, то он разрабатывается с учетом формата магазина и анализа доходов покупателей. Ассортимент подбирается таким образом, чтобы были удовлетворены запросы и учтены возможности категорий клиентов с высоким, средним и низким уровнями дохода.

Если магазин расположен в центре микрорайона, не стоит рассчитывать на то, что он станет магазином недельных закупок. Его целевой аудиторией станут домохозяйки, а основой ассортимента – товары повседневного спроса. Если магазин открыт на окраине района, за городом или на окружных дорогах, ходовыми позициями ассортимента станут товары более длительного хранения. Если супермаркет расположен вблизи рынка, то особое внимание нужно уделять сервису и качеству продуктов.

Потребитель привыкает к определенным видам продуктов, поэтому важно достигнуть стабильности в формировании ассортимента таких товаров, обеспечивая их бесперебойную продажу.

Торговый запас. Величина торгового запаса в ассортиментном ряду зависит от типа торговой точки. Например, в супермаркете должны быть представлены все товарные группы и единицы продукции, а павильоне – только наиболее продаваемые и популярные. В наличии всегда должны быть ходовые позиции ассортимента, которые определяются прежде всего их минимальным остатком.

Расположение товаров на полках. Правильное и рациональное расположение помогает покупателю без особых затрат времени сориентироваться в многообразии предлагаемых товаров, дает возможность увидеть имеющийся в продаже товар и не отвлекать вопросами продавца.

Благоприятные зоны продажи и размещения товаров – это зоны возле касс, полки с правой стороны от потока покупателей, а также полки, расположенные на расстоянии приблизительно 150 см от пола (на уровне глаз и рук покупателя). Они наиболее удобны и обеспечивают основную долю продаж любого магазина. Чтобы увеличить объем продаж, мерчандайзеры размещают на нижних полках самые дешевые товары, а наиболее дорогие – на уровне примерно 150 см от пола, так как при таком размещении они постоянно будут находиться в поле зрения потребителей.

Наиболее приемлемым является принцип расположения товаров по торговым маркам, так как он способствует продвижению торговой марки фирмы. Есть и другой способ привлечения внимания покупателей к товару, например, выделение наиболее востребованных товаров, а рядом с ними размещение товара, объем продажи которого нужно увеличить.

Освещение. Для освещения магазина необходимо знать характеристики восприятия света. Это поможет представить товары в выгодном свете. Подсветка товара в стеклянной витрине увеличивает продажи на 23 %.

Звуки и музыка. Исследования показали, что на музыку обращают внимание около 70 % покупателей в магазине. Причем удачно подобранный репертуар создает комфортную атмосферу, что способствует увеличению объема продаж. В магазине покупатель должен чувствовать себя легко и свободно, поэтому лучше всего использовать инструментальную музыку.

Цветовая блокировка. Цветовая блокировка заключается в том, что товары с упаковкой одного цвета размещают на полках вместе. Таким образом, образуется определенный блок товаров. Можно также группировать блоки, сочетающие различные цвета. Например, в отделе, где продаются шампуни, гели для душа и другие аналогичные средства, следует использовать сочетания белого, зеленого и синего цветов. Такое сочетание ассоциируется с прохладной, освежающей и расслабляющей водой.

Рекламная поддержка товаров. В круг обязанностей службы мерчандайзинга входит размещение рекламных и информационных материалов в местах продаж в целях привлечения внимания покупателей к товару. Номенклатура рекламных материалов достаточно разнообразна. В нее входят конструкции презентационного характера, подставки, полиграфические материалы, напольная графика, воблеры, джумбы, мобили и др.

Эффективная презентация. Презентации товаров в настоящее время полностью находятся в компетенции фирм-поставщиков, так как для ее проведения требуются значительные затраты на обучение персонала и рекламный материал. Опыт показывает, что при презентации рост реализации может достигать 80 %. Такой разброс обусловливается как ценовыми факторами, так и профессиональными навыками промоутера.

Для продвижения продуктов питания, алкоголя и табачных изделий достаточно эффективным средством являются дегустации. Таким образом, презентация является значительным, но краткосрочным методом стимулирования продаж, и ее результаты в основном зависят от профессиональных умений и личностных качеств промоутера [4].

Широкое распространение методов мерчандайзинга связано с меньшими затратами на их проведение по сравнению с традиционной рекламной кампанией при высокой эффективности. Следовательно, мерчандайзинг все больше завоевывает популярность как комплекс мероприятий, позволяющих стимулировать спрос на месте продажи.

Неоспоримым преимуществом технологии мерчандайзинга является опора на знание психологических особенностей человека. С целью достижения максимального эффекта производителю, дистрибьютору и продавцу необходимо понимать потребности и мотивацию покупателя, представлять специфику восприятия, знать особенности его поведения в торговой точке. Технология мерчандайзинга позволяет представить покупателю необходимую информацию о предметах удовлетворения потребности, грамотно оформить места продаж, актуализировать его желание купить товар во время посещения магазина [5]. Знание о потребностях и предпочтениях покупателя позволяет сделать товар максимально доступным, а уровень сервиса – адекватным.

Научный руководитель – преподаватель Кузнецов О. В.

Литература: 1. Кайзер М. Как увеличить выторг магазина, применив простые и доступные всем средства – из опыта работы украинских ритейлеров / М. Кайзер, В. Пунчева // Торговое дело. – 2007. – № 6. – С. 60–64. **2.** Шмелев Н. А. Мерчандайзинг, или правила выкладки и эффективного сбыта товара / Н.А. Шмелев // Торговое дело. – 2009. – № 15. – С. 60–64. **3.** Шулыгина О. Мерчандайзинг: увеличение объемов продаж в розничной торговле [Электронный русурс] / О. Шулыгина // Финансовая газета. Региональный выпуск. – 2005. – № 44. – Режим доступа : http://fin-buh.ru/text/37837-1.html. **4.** Берман Б. Розничная торговля: стратегический подход / Б. Берман, Дж. Эванс. – М. : ИД «Вильямс», 2010. – 350 с. **5.** Парамонов М. Определение способа и места выкладки товара на оборудовании / М. Парамонов // Торговое дело. – 2007. – № 4. – С. 66–70.

ІННОВАЦІЇ У ТУРИЗМІ

УДК 330.341.1: 338.48

Трут І. Ю.

Студент 3 курсу
факультету міжнародних економічних відносин ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Проаналізовано інноваційні процеси в туризмі, можливості застосування інновацій у туризмі; наведено приклади застосування понять «інновації». Проведено широкий аналіз різних термінів.*

Ключові слова: *туризм, інновації, інноваційні процеси в туризмі.*

Аннотация. *Проанализированы инновационные процессы в туризме, возможности применения инноваций в туризме; приведены примеры применения понятий «инновации». Проведен широкий анализ различных терминов.*

Ключевые слова: *туризм, инновации, инновационные процессы в туризме.*

Annotation. *The article analyzes the innovation processes in tourism, the possibility of the application of innovation in tourism, are examples of application of the concepts of «innovation». An extensive analysis of various terms.*

Keywords: *tourism, innovation, innovation processes in tourism.*

Інновації у туризмі – це заходи, які являють собою новизну, що приводить до зрушень у галузі туризму. Інноваційний процес отримує своє визнання, з одного боку, через туристський ринок і ступінь задоволеності клієнта, а з іншого – завдяки прийняттю спільних рішень туристськими організаціями та органами управління державою, органами місцевого самоврядування. За Й. Шумпетером, спонукальним мотивом до пошуку і впровадження нових комбінацій є прибуток, який стає винагородою за нововведення. Якщо припустити, що двигуном процесу інновацій є не прибуток, то можна вважати, що різноманітність інновацій зростає за рахунок попиту споживача [1].

Актуальність дослідження інноваційних процесів туризму диктується практичними та науковими міркуваннями. У практичному плані дуже швидко розвивається індустрія туризму, що дає великий поштовх у пошуку інновацій, а також для обґрунтування своїх позицій у конкурентній боротьбі. Особливо великі ризики беруть на себе організації, які відповідальні за надання інноваційних послуг.

Таким чином, метою публікації є дослідження та узагальнення змісту поняття «інновації».

Відповідно до Закону України «Про інноваційну діяльність» «інновації – знов створені (застосовані) і (або) вдосконалені конкурентоздатні технології, продукція або послуги, а також організаційно-технічні рішення виробничого, адміністративного, комерційного або іншого характеру, які істотно покращують структуру і якість виробництва і (або) соціальної сфери» [2].

На розвиток інновації у туризмі впливає декілька факторів: економічна ситуація у країні, соціальний стан населення, законодавство країни, а також угоди на міжнародних і міжурядових рівнях. Новіков В. С. вважає, що причинами впровадження інновацій у цій сфері є [3]:

- насичення багатьох класичних і традиційних напрямків;
- небезпека великої втрати частки ринку у в'їзному туризмі;
- загострення конкуренції і зростання пропозицій;
- технологічна революція і розширення області застосування інформаційних технологій;
- перехід від економіки пропозиції до економіки попиту.

Спираючись на положення ВТО (Всесвітня туристична організація), у туристській сфері інноваційна діяльність розвивається за трьома напрямками [4]:

1. Впровадження нововведень, пов'язаних із розвитком підприємства і туристського бізнесу в систему і структуру управління, включаючи реорганізацію, укрупнення, поглинання конкурентів; кадрову політику (оновлення кадрів, підвищення кваліфікації); раціональну економічну та фінансову діяльності (впровадження сучасних форм обліку звітності).

2. Маркетингові інновації дозволяють охопити потреби цільових споживачів і залучити не охоплений на певний момент часу сегмент покупців.

3. Періодичні нововведення, спрямовані на зміну споживчих властивостей туристичного продукту, його позиціонування на ринку як ексклюзиву, що передбачають збільшення конкурентних переваг.

© Трут І. Ю., 2015

Таким чином, можна дійти висновку, що інновації у туризмі спрямовані на створення нового або зміну вже наявного продукту, освоєння нових ринків збуту, впровадження ІТ-технологій і новітніх форм управлінської діяльності. Саме тому інновації у туризмі вважаються дуже потрібними і є невід'ємною частиною їх розвитку.

Інновації у туризмі – це напрями, в яких присутня певна новизна, а так само ряд принципів, що ведуть до позитивного стану справ у галузі [5]. У галузі туризму взаємодіють між собою абсолютно різні структури, наприклад такі, як місцеві органи, керівництво країни, туристичні компанії, оператори, власники готелів.

Таблиця 1

Види понять «інновація»

Автор	Визначення	Ототожнення
Ф. Ніксон	Інновація являє собою сукупність виробничих, технічних і комерційних заходів, що ведуть до появи на ринку нових і вдосконалених промислових процесів і обладнання	Сукупність
І. Балабанов	Інновація – це матеріалізований результат, отриманий від вкладення капіталу в нову техніку або технологію, у нові форми організації виробництва, праці, обслуговування й управління, включаючи нові форми контролю, обліку, методи планування, прийому аналізу тощо	Результат
П. Завлін А. Казанцев Л. Мінделі	Інновація – використання в тій чи іншій сфері суспільства результатів інтелектуальної (науково-технічної) діяльності, спрямованих на вдосконалення процесу діяльності або його результатів	Використання результатів діяльності
Б. Санто	Інновація – це такий суспільний, технічний, економічний процес, який через практичне використання ідей і винаходів приводить до створення кращих за своїми властивостями виробів, технологій, і у випадку, якщо вона орієнтується на економічну вигоду, прибуток, поява інновації на ринку може принести додатковій дохід	Процес
Ю. Морозов	Інновація – прибуткове використання новацій у вигляді нових технологій, видів продукції, організаційно-технологічних і соціально-економічних рішень виробничого, фінансового, комерційного або іншого характеру	Новація
Б. Твісс	Інновація – процес, у якому винахід або нова ідея набуває економічного змісту	Процес, винахід, ідея

Таблиця 2

Особливості понять «інновація»

Автор	Функція	Особливість	Результат
Ф. Ніксон	-	Технічні, виробничі, комерційні, нові, поліпшені, промислові	Поява процесів, обладнання
І. Балабанов	-	Матеріалізовані, отримані	Результат
П. Завлін А. Казанцев Л. Мінделі	Використання результатів	Інтелектуальні, науково-технічні	Удосконалення процесу діяльності
Б. Санто	Використання ідеї	Загальні, технічні, економічні	Призводить до створення виробів
Ю. Морозов	Використання ідеї	Організаційні, технологічні та соціальні, економічні, виробничі, фінансові, комерційні	Прибуткове використання технологій
Б. Твісс	Набуває змісту	Економічні	Зміст

Отже, проведений у статті аналіз свідчить про те, що у сучасній економіці роль інновацій значно зросла. Насамперед, це могло бути викликано тим, що в економіці інновації являють собою один із методів конкуренції, так як інновація веде до зниження собівартості, цін і зростання прибутку, до підвищення рейтингу виробника ще неіснуючих продуктів, до відкриття нових зовнішніх ринків, а також захоплення нових національних ринків.

Інновація – це процес або продукт, який у перспективі може стати одним із головних прибутків туристичного підприємства, який має великий вплив на збільшення прибутку як підприємства, так і галузі.

Сьогодні інноваційна політика стає пріоритетом і великою частиною державної політики не тільки для всіх розвинених країн, а й багатьох інших держав, включаючи Україну.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Наумік-Гладка К. Г.

Література: 1. Шумпетер Й. Теория экономического развития (Исследования предпринимательской прибыли, капитала, кредита, процента и цикла конъюнктуры) / Й. Шумпетер ; пер. с нем. – М. : Прогресс, 1982. – 455 с. **2.** Про інноваційну діяльність [Електронний ресурс] : Закон України 04.07.2002 року № 40-IV. – Режим доступу : http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/40-15 **3.** Новиков В. С. Инновации в туризме [Електронний ресурс] / В. С. Новиков. – Режим доступу : http://tourlib.net/books_tourism/novikov25.htm. **4.** Данные всемирной туристской организации [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www2.unwto.org/ru. **5.** Орехов С. А. Менеджмент предприятий (организаций) : учебник / С. А. Орехов, И. В. Дарда, С. С. Степанов и др. – М. : Изд-во МНЭПУ, 2012. – 273 с. **6.** Никсон Ф. Роль руководства предприятия в обеспечении качества и надежности / Ф. Никсон ; пер. с англ. – М. : Изд-во стандартов, 1990. – 231 с. **7.** Балабанов И. Т. Новые формы организации предприятий / И. Т. Балабанов. – Л. : Лениздат, 1991. – 128 с. **8.** Инновационный менеджмент : справ. пособие / Под ред. П. Н. Завлина, А. К. Казанцева, Л. Э. Миндели. – М. : ЦИСН, 1998. – 518 с. **9.** Санто Б. Инновация как средство экономического развития / Б. Санто ; общ. ред. и вступл. Б. В. Сазонова. – М. : Прогресс, 1990. – 296 с. **10.** Иванов М. М. США: управление наукой и нововведениями / М. М. Иванов, С. Р. Колупаева, Г. Б. Кочетков. – М. : Наука, 1990. – 216 с. **11.** Твисс Б. Управление научно-техническими нововведениями / Б. Твисс ; пер. с англ. – М. : Экономика, 1989. – 272 с.

ОСОБЛИВОСТІ ОБЛІКУ ДОХОДІВ І ВИТРАТ КОМЕРЦІЙНИХ БАНКІВ

УДК 657.44:336.713

Харченко Т. В.
Кузьменко А. М.

Студенти 3 курсу
факультету обліку і аудиту ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Наведено сутність понять «доходи і витрати комерційних банків». Розглянуто специфіку і методику обліку доходів і витрат комерційних банків, а також принципи їх обліку. Наведено рекомендації щодо вдосконалення методики обліку доходів і витрат.*

Ключові слова: *банківська система, комерційний банк, доходи, витрати, прибуток.*

Аннотация. *Приведена сущность понятий «доходы и расходы коммерческих банков». Рассмотрена специфика и методика учета доходов и расходов коммерческих банков, а также принципы их учета. Приведены рекомендации по совершенствованию методики учета доходов и расходов.*

Ключевые слова: *банковская система, коммерческий банк, доходы, расходы, прибыль.*

Annotation. *In the article the essence of concepts income and expenses of commercial banks. The specificity and methodology of income and expenditure commercial banks, as well as the principles of accounting. Recommendations for improving methods of income and expenditure.*

Keywords: *the banking system, the commercial bank, the income, the expenses, the profit.*

На сучасному етапі розвитку економіки банківська система потребує постійної уваги, тому держава повинна проводити політику, спрямовану на створення умов для стабільного та ефективного функціювання банківської системи. Основною ланкою дворівневої банківської системи України виступають комерційні банки. Оскільки метою діяльності комерційного банку є отримання прибутку, то дуже важливо правильно та своєчасно відображати облікові операції у банку, зокрема безпомилково вести обліково-аналітичну роботу з відображення доходів банку, своєчасно складати та подавати звітність.

Дослідженню проблем організації бухгалтерського та управлінського обліку присвячені праці таких видатних учених та фахівців: Бутинця Ф. Ф., Кіндрацької Л. М., Пушкаря М. С., Савлука М. І., Нападовської Л. В., Сопка В. В., Чумаченка М. Г., Герасимовича А. М., Гуцайлюк З. В., Зубілевич С. Я., Кирейцева Г. Г., Снігурської Л. П. та ін.

© Харченко Т. В., Кузьменко А. М., 2015

Метою дослідження є визначення особливостей відображення в бухгалтерському обліку доходів і витрат банку, удосконалення методики бухгалтерського обліку доходів і витрат банку.

Об'єктом дослідження виступають доходи і витрати комерційного банку.

Предметом дослідження є облік доходів та витрат комерційних банків.

Нормативним документом, який регулює відображення доходів і витрат комерційного банку, є «Правила бухгалтерського обліку доходів і витрат банків України» [1].

Існує безліч підходів щодо трактування понять доходів, витрат і прибутку, але і досі не існує єдиної думки щодо їх визначення. Відповідно до національних стандартів обліку доходами вважається збільшення економічних вигід протягом звітного періоду у формі припливу або зростання активів, або зменшення зобов'язань, що зумовлюють збільшення капіталу і не є внесками акціонерів [2].

Згідно з принципом нарахування дохід визначається одержаним у момент, коли він зроблений, а не коли надійшли відповідні кошти, тобто в момент продажу активів або надання послуг.

Витратами вважається зменшення економічної вигоди банку у звітному періоді у формі відпливу або використання активів, або виникнення заборгованості, що призводить до зменшення власного капіталу і не є розподіленням між акціонерами [3].

Витрати визначаються з урахуванням принципу відповідності. Вони включаються до «Звіту про фінансові результати» у періоді, в якому був визнаний дохід, для отримання якого були здійснені ці витрати.

Класифікуючи доходи та витрати, виходять із загальноприйнятих критеріїв. Доходи групуються за джерелами отримання та впливом на фінансовий результат і класифікуються в бухгалтерському обліку за такими групами:

1) дохід (виручка) від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг);

2) інші операційні доходи, фінансові доходи;

3) інші доходи [2].

Витрати групуються за елементами і характером затрат, тому поділяються на такі групи:

1) загальновиробничі витрати;

2) витрати, пов'язані з операційною діяльністю;

3) адміністративні витрати;

4) витрати на збут;

5) інші операційні витрати;

6) прямі матеріальні витрати;

7) витрати, пов'язані з інвестиційною та фінансовою діяльністю [3].

Доходи та витрати, які пов'язані з однією і тією ж операцією, визначаються одночасно.

Усі доходи та витрати поділяються на доходи і витрати, отримані завдяки операційній, інвестиційній та фінансовій діяльності банку.

Усі операційні доходи та витрати поділяються на: банківські та небанківські. До банківських належать доходи та витрати, безпосередньо пов'язані з банківською діяльністю, що визначено Законом України «Про банки і банківську діяльність». До небанківських належать інші доходи та витрати, які не відносяться до основної діяльності банку, але забезпечують здійснення банківської діяльності.

Головною метою управління витратами є зменшення рівня витрат комерційного банку, для того щоб підвищити рівень прибутку комерційного банку. Зарубіжні фахівці вважають, що, для того щоб зменшити витрати комерційних банків, потрібно упровадити систему страхування кредитів. Крім того, до складу основних методів оптимізації витрат комерційного банку можна включити: планування витрат, управління тарифною політикою, пряме скорочення витрат, проведення банківського моніторингу та оптимізацію податкової бази шляхом планування.

Подальше вдосконалення методики обліку доходів і витрат можливе шляхом безпосереднього використання основних принципів обліку доходів і витрат, а саме: принципів нарахування та відповідності витрат, обачності тощо [4].

Принцип нарахування є одним із основних принципів, що використовуються під час процедури обліку доходів і витрат за міжнародними стандартами бухгалтерського обліку. Відповідно до принципу нарахування усі завершені операції реєструються тоді, коли вони мали місце, незалежно від часу отримання або сплати грошей, тобто вони враховуються й оцінюються в тому періоді, до якого відноситься момент їх економічного виникнення [5].

Згідно з принципом відповідності витрати та доходи, пов'язані з цими витратами, мають визнаватися у бухгалтерському обліку в одному і тому ж звітному періоді.

Принципи нарахування і відповідності мають застосовуватися у межах принципу обережності, метою якого є недопущення переоцінки активів або доходів із одного боку, а також недооцінки видатків або пасивів за кожним фінансовим інструментом – з іншого.

Принцип обачності полягає в бухгалтерському обліку методів оцінювання, які мають запобігати заниженню оцінки зобов'язань і витрат та завищенню оцінки активів та доходів банку.

Метою принципу нарахувань та відповідності доходів і витрат є визначення фінансового результату за період шляхом визнання доходів у міру того, як вони отримані, та витрат у міру того, як вони понесені, незважаючи на факт отримання чи сплати коштів.

У процесі обліку доходів і витрат керуються такими правилами:

1. При класифікації витрат за елементами і цільовим призначенням розрізняють капітальні та поточні витрати.

2. На практиці надання (отримання) послуги нерідко збігається у часі з надходженням (сплатою) грошових коштів [4].

Для обліку доходів комерційних банків використовуються рахунки шостого класу, а для витрат – рахунки сьомого класу. В основу побудови синтетичних рахунків покладено ті ж ознаки, з урахуванням яких здійснено класифікацію доходів і витрат, а також виділено об'єкти обліку.

Доходи та витрати банку впродовж року обліковуються методом накопичення, тобто записи за рахунками шостого і сьомого класів ведуться наростаючим підсумком із початку року. В останній робочий день року рахунки доходів і витрат закриваються на рахунок обліку фінансового результату діяльності банку.

Якщо загальна сума всіх доходів за рік перевищує суму витрат, то банк звітує про позитивний економічний результат діяльності, тобто прибуток.

Якщо загальна сума всіх доходів за рік менша за суму витрат, то банк звітує про негативний економічний результат діяльності, тобто збиток.

Загальна методика фінансового обліку доходів і витрат комерційних банків сформована відповідно до міжнародних та національних стандартів положень бухгалтерського обліку. Прибутковість і ефективність діяльності банків є основними складовими процесу формування фінансово стійкої банківської системи. Дослідження сутності доходів і витрат банківської установи як основних чинників впливу на обсяг отриманого банком прибутку є необхідною умовою подальшого вдосконалення системи їх обліку, аналізу й управління.

Для того щоб вдосконалити методику обліку доходів та витрат комерційних банків, необхідно:

1) визначити роль і значення бухгалтерського обліку як функції управління комерційним банком, через що важливо й необхідно виділити у сучасній системі бухгалтерського обліку три взаємопов'язані підсистеми фінансового й управлінського обліку, а також обліку з метою оподаткування;

2) вдосконалити організацію управлінського обліку з використанням трансфертного ціноутворення й елементів операційно-вартісного підходу з упровадженням центрів відповідальності для здійснення самого процесу обліку доходів і витрат;

3) на базі основних принципів обліку доходів та витрат розширити прийняту класифікацію доходів та витрат банку за такими ознаками, як: факторний аналіз найвпливовіших груп доходів (витрат), «дзеркальний» і коефіцієнтний аналіз.

Науковий керівник – канд. екон. наук, старший викладач Литвиненко А. О.

Література: 1. Про затвердження Правил бухгалтерського обліку доходів і витрат банків України [Електронний ресурс] : Постанова Національного банку України від 18.06.03 № 255. – Режим доступу : http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/z0583-03. **2.** Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 16 «Витрати» [Електронний ресурс] : Наказ Міністерства фінансів України від 31.12.99 № 318. – Режим доступу : http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/z0027-00. **3.** Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 15 «Доходи» [Електронний ресурс] : Наказ Міністерства фінансів України від 29.11.99 № 290. – Режим доступу : http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/z0860-99 **4.** Кіндрацька Л. М. Впровадження міжнародних стандартів бухгалтерського обліку в Україні / Л. М. Кіндрацька // Фінанси України. – 2000. – № 1. – С. 29–35. 5. Герасимович А. М. Облік і аудит у банках / А. М. Герасимович. – Київ : КНЕУ, 2004. – 536 с.

ПОВЕРНЕННЯ ТОВАРУ: ОСОБЛИВОСТІ ОФОРМЛЕННЯ ТА ОБЛІКУ

УДК 657.442

Херхадзе А. О.

Студент 3 курсу
факультету обліку і аудиту ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Розглянуто бухгалтерські операції з повернення товарів на підприємствах оптової та роздрібної торгівлі. Визначено порядок документального оформлення повернення покупцем товару. Зазначені підстави повернення товару як з ініціативи покупця, так і з ініціативи продавця. Надано перелік товарів, що не підлягають поверненню.*

Ключові слова: *товар, оптова торгівля, роздрібна торгівля, реєстр розрахункових операцій (РРО).*

Аннотация. *Рассмотрены бухгалтерские операции по возврату товаров на предприятиях оптовой и розничной торговли. Определен порядок документального оформления возврата покупателем товара. Указаны основания возврата товара как по инициативе покупателя, так и по инициативе продавца. Дан перечень товаров, не подлежащих возврату.*

Ключевые слова: *товар, оптовая торговля, розничная торговля, реестр расчетных операций (РРО).*

Annotation. *There are the accounting transactions for the return of goods to wholesalers and retailers in the article. Determined the order of documenting the buyer return the goods. Indicate the grounds to return the goods as initiated by the buyer and seller initiated. It contains a list of products that are non-refundable.*

Keywords: *product, wholesale, retail, register settlement operations (RSO).*

У господарській діяльності нерідко виникають ситуації, коли фізична особа, підприємство або приватна особа-покупець, придбавши товар, повертає його продавцю. Причини повернення можуть бути різними: невиконання умов договору, невідповідна якість товарів, закінчення періоду придатності продукції тощо. Завдання підприємства, що займається торгівлею, полягає в тому, щоб забезпечити належне виконання цієї операції та уникнути конфліктних ситуацій, які можуть підірвати його репутацію [1]. Тому зараз актуальним є вивчення порядку повернення товарів та його облік з метою упорядкування та правильної організації цих процесів на підприємстві.

Метою цієї статті є визначення порядку документального оформлення та відображення в бухгалтерському обліку операцій з повернення товарів на оптовому та роздрібному підприємстві.

Проблемам організації й методики бухгалтерського обліку руху товарів присвячено праці багатьох науковців, а саме: М. Т. Білухи, Ф. Ф. Бутинця, Ю. А. Вериги, В. П. Завгороднього, Г. Г. Кірейцева, В. Г. Швеця та ін. Велика кількість напрацювань із цієї тематики, безперервні зміни в нормативно-правовій базі – все це спонукає до постійного удосконалення наявних методів організації та обліку руху товарів.

Порядок і умови укладання договорів про купівлю-продаж, а також підстави повернення товару, як з ініціативи покупця, так і з ініціативи продавця, викладено в Цивільному кодексі України.

Згідно зі ст. 697 Цивільного кодексу України (ЦКУ) продавець має право вимагати від покупця повернення товару, якщо: покупець порушив термін оплати товару, встановлений у договорі; не настали обставини, за яких право власності на товар переходить до покупця [2].

У цьому Кодексі також розкриваються умови, у разі порушення яких покупець має право [2]:

1) повернути продавцеві товар і розірвати договір про купівлю-продаж, якщо товар або документи на нього не передано продавцем у встановлений строк (ст. 666 ЦКУ);

2) вимагати передання кількості відсутнього товару або відмовитися від переданого товару в разі, якщо продавець передав товар у кількості меншій, ніж установлено договором (ст. 670 ЦКУ);

3) розірвати договір і вимагати повернення раніше сплаченої суми або вимагати заміни товару неналежної якості у разі суттєвого порушення вимог до якості товару (ст. 678 ЦКУ).

З метою забезпечення приймання продавцем повернутого товару покупець має право надіслати продавцю письмову вимогу (згідно зі ст. 680 ЦКУ) [2]. Ця вимога може бути у формі: звичайного листа; претензії, складеної в довільній формі; претензії, складеної згідно з вимогами ст. 222 Господарського кодексу [3]; висновку незалежної комісії; акта про брак; інших документів, передбачених договором про купівлю-продаж.

При цьому повернення товару від покупця – юридичної особи оформлюється накладною-вимогою на відпуск (внутрішнє переміщення) матеріалів за типовою формою № М-11, а також потрібна довіреність постачальника на одержання товару, що повертається.

© Херхадзе А. О., 2015

Варто зауважити, що не всі товари (за умови їх належної якості) можуть підлягати поверненню. Постановою № 172 «Про реалізацію окремих положень Закону України «Про захист прав споживачів» затверджено перелік товарів належної якості, що не підлягають обміну (поверненню). До цього переліку включено продовольчі товари, лікарські засоби та препарати, предмети санітарної гігієни, деякі товари непродовольчої групи (парфумерно-косметичні вироби, тканини, зубні щітки, рукавички тощо) [4].

Для бухгалтерського обліку операцій із повернення товару підприємства використовують субрахунок 704 «Відрахування з доходу». За дебетом цього субрахунку відображаються суми, що зменшують дохід підприємства-продавця, у тому числі вартість повернутих покупцем продукції і товарів. За кредитом субрахунку 704 відображається списання дебетових оборотів на рахунок 79 «Фінансові результати».

У табл. 1 узагальнено операції з повернення товару в оптовій торгівлі.

Таблиця 1

Відображення операцій із повернення товарів в оптовій торгівлі [1]

№ з / п	Зміст господарської операції	Бухгалтерський облік	
		Дебет	Кредит
1	Отримано товари	281	631
2	Відображено податковий кредит	641 / ПДВ	631
3	Реалізовано товар покупцеві	361	702
4	Відображено податкові зобов'язання з ПДВ у вартості реалізованого товару	702	641/ПДВ
5	Списано собівартість реалізованих товарів	902	281
6	Повернуто частину товарів покупцем	704	361
7	Зменшено податкове зобов'язання з ПДВ за повернутими товарами	704	641/ПДВ
8	Оприбутковано повернуті товари за собівартістю, тобто за ціною придбання	902	281
9	Віднесено на фінансовий результат собівартість реалізованих товарів (за вирахуванням повернення)	791	902
10	Віднесено на фінансовий результат вартість повернутих товарів (без ПДВ)	791	704
11	Відображено дохід від реалізації (без ПДВ) у фінансових результатах	702	791
12	Повернуто гроші покупцеві	361	311

У роздрібній торгівлі повернення товару має свої особливості, оскільки повернення коштів за товар кінцевому споживачу відбувається через реєстр розрахункових операцій (РРО).

Існує такий перелік документів, які складаються під час повернення товару [1]:

1. Покупець подає заяву (у двох примірниках) довільної форми про повернення коштів. Разом із заявою подається розрахунковий документ, що підтверджує факт придбання товару. Для товарів, на які встановлено гарантійний термін, – технічний паспорт або інший документ, що його замінює. Один примірник заяви повертається покупцеві з відміткою про дату приймання, дані працівника (прізвище, посада), який прийняв заяву.

2. На підставі зазначених документів складається акт про повернення товару (коштів) або накладна, в яких зазначаються: дані покупця, що повертає товар; відомості про повернений товар; сума, яку слід повернути покупцеві.

На підставі цих документів складається видатковий касовий ордер, в якому зазначається сума до повернення. Якщо кошти повертаються у безготівковій формі, то складається платіжне доручення.

У разі відсутності РРО або якщо сума повернення в готівковій формі перевищує 100 грн, матеріально відповідальна особа повинна скласти акт про видачу коштів. Акт про видачу коштів слід передати до бухгалтерії підприємства та зберігати протягом трьох років. У ньому необхідно зазначити:

- дані документа, що встановлює особу покупця, який повертає товар;
- відомості про товар та суму виданих коштів;
- номер, дату і час видачі розрахункового документа, що підтверджує купівлю товару.

Відповідно до норм Закону України «Про застосування реєстраторів розрахункових операцій у сфері торгівлі, громадського харчування та послуг» до розрахункової операції належить не лише приймання готівкових коштів від покупців, а також їх видача за повернутий товар. Тому згідно зі ст. 3 цього Закону продавець зобов'язаний видати покупцеві, який повертає товар, розрахунковий документ (касовий чек, товарний чек, розрахункову квитанцію) на повну суму здійсненої операції [5].

У бухгалтерському обліку операції з повернення товару у роздрібній торгівлі відображаються таким чином (табл. 2).

Таблиця 2

Відображення операцій із повернення товарів у роздрібній торгівлі [1]

№ з / п	Зміст господарської операції	Бухгалтерський облік	
		Дебет	Кредит
1	Отримано товари	282	631
2	Відображено податковий кредит	641 / ПДВ	631
3	Проведено націнку до роздрібної ціни	282	285
4	Реалізовано товар	301	702
5	Відображено податкові зобов'язання з ПДВ у сумі реалізації	702	641 / ПДВ
6	Списано собівартість реалізованих товарів	902	282
7	Здійснено списання націнки	285	282
8	Відображено дохід від реалізації (без ПДВ) у фінансових результатах	702	791
9	Віднесено на фінансовий результат собівартість реалізованих товарів	791	902
10	Повернуто кошти покупцеві	704	361
11	Зменшено податкове зобов'язання з ПДВ за повернутими товарами	704	641 / ПДВ
12	Оприбутковано повернутий товар	902	282
13	Відновлено списану націнку на повернутий товар	282	285
14	Відображено вартість повернення (без ПДВ) при формуванні фінансового результату	791	704

Таким чином, проблема повернення товарів покупцями завжди буде мати місце у сфері торгівлі, оскільки підприємство-продавець не завжди спроможне повністю проконтролювати якість товару, який надійшов, і окремі його одиниці все ж будуть потрапляти у руки споживачів. Тому належне документальне оформлення та облік повернення товарів займає важливе місце в організації діяльності підприємства, відіграючи роль індикатора правомірних дій із боку підприємства-продавця.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Пасенко Н. С.

Література: 1. Граковський Ю. А. Повернення товару і продукції: особливості оформлення та відображення в обліку / Ю. А. Граковський // Вісник податкової служби. – 2012. – № 22. – С. 43. **2.** Цивільний кодекс України [Електронний ресурс] : Закон України від 16.01.2003 № 435-IV. – Режим доступу : http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/435-15. **3.** Господарський Кодекс України [Електронний ресурс] : Закон України від 16.01.2003 № 436-IV. – Режим доступу : http://kodeksy.com.ua/gospodars_kij_kodeks_ukraini.htm. **4.** Про реалізацію окремих положень Закону України «Про захист прав споживачів» [Електронний ресурс] : Постанова Кабінету Міністрів від 19.03.1994 № 172. – Режим доступу : http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/KP940172.html. **5.** Про застосування реєстраторів розрахункових операцій у сфері торгівлі, громадського харчування та послуг [Електронний ресурс] : Закон України від 06.07.1995 № 266/95-ВР. – Режим доступу : http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/265/95-%D0%B2%D1%80.

ПРОБЛЕМА ВЫБОРА МЕТОДА НАЧИСЛЕНИЯ АМОРТИЗАЦИИ ОСНОВНЫХ СРЕДСТВ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ МАЛОГО БИЗНЕСА

УДК 657.425:334.722

Херхадзе А. О.

Студент 3 курса
факультета учета и аудита ХНЭУ им. С. Кузнеца

Аннотация. *Исследован вопрос относительно выбора оптимального метода начисления амортизации основных средств на предприятиях малого бизнеса. Описаны преимущества и недостатки каждого из методов начисления амортизации. Установлена взаимосвязь между амортизационными отчислениями и величиной прибыли, полученной от использования основных средств.*

Ключевые слова: *основные средства, амортизация, методы начисления амортизации, Положение (стандарт) бухгалтерского учета (П(С)БУ) 7 «Основные средства», Налоговый кодекс Украины (НКУ).*

Анотація. *Досліджено питання щодо вибору оптимального методу нарахування амортизації основних засобів на підприємствах малого бізнесу. Описано переваги та недоліки кожного з методів нарахування амортизації. Встановлено взаємозв'язок між амортизаційними відрахуваннями і величиною прибутку, отриманого від використання основних засобів.*

Ключові слова: *основні засоби, амортизація, методи нарахування амортизації, Положення (стандарт) бухгалтерського обліку (П(С)БО) 7 «Основні засоби», Податковий кодекс України (ПКУ).*

Annotation. *The question regarding the selection of the optimal method of depreciation of fixed assets for small businesses has been investigated. Advantages and disadvantages of each method of depreciation have given. The relationship between the value of depreciation charges and the profits from the use of fixed assets has been installed.*

Keywords: *fixed assets, depreciation, amortization methods, Regulations (Standard) accounting (R(S)A) 7 "Fixed Assets", Tax Code of Ukraine.*

Особое место в системе бухгалтерского учёта занимают вопросы, связанные с состоянием основных фондов. Это объясняется тем, что они в своей совокупности образуют производственно-техническую базу и определяют производственную деятельность предприятия.

Кругооборот основных фондов включает 3 фазы: износ, амортизацию и возмещение. Износ и амортизация происходят в процессе производительного использования основных средств, а возмещение – в результате их создания и восстановления.

Актуальность данной темы связана с тем, что правильно выбранный подход к начислению амортизации основных средств позволяет обеспечить предприятию благоприятные условия для обновления своего основного капитала.

Целью данной работы является выявление основных проблем выбора метода начисления амортизации основных средств на предприятиях малого бизнеса и поиск путей их решения. Объектом исследования являются основные средства малых предприятий. Предметом исследования выступает методика начисления амортизации основных средств.

Данная проблема ранее была рассмотрена в работах *Л.* Ловинской, В. Сопко, *Л.* Городянской, О. Голенко, С. Еленчук и пр. [1]. Однако на сегодняшний день она все еще не получила полного освещения.

В соответствии с П(С)БУ 7 «Основные средства» амортизация – систематическое распределение амортизируемой стоимости необоротных активов в течение срока их полезного использования (эксплуатации) [2].

Учет амортизируемой стоимости ведется по каждому объекту, входящему в состав отдельной группы основных средств, с включением стоимости ремонта, улучшения таких средств, полученных безвозмездно или предоставленных в оперативный лизинг (аренду), как отдельный объект амортизации (п.146.1 НКУ) [3].

Амортизацию следует начислять ежемесячно на каждый объект основных средств отдельно на протяжении срока его полезного использования (установленного предприятием) до достижения ликвидационной стоимости такого объекта (п. 146.2, пп. 145.1.4 Налогового Кодекса) [3].

Согласно п. 28 П(С)БУ 7 «Основные средства» метод амортизации предприятие выбирает самостоятельно с учетом ожидаемого способа получения экономических выгод от его использования.

© Херхадзе А. О., 2015

Также П(С)БУ 7 предлагает довольно широкий выбор методов амортизации необоротных активов:

1) метод прямолинейного списания;
2) метод уменьшения остаточной стоимости;
3) метод ускоренного уменьшения остаточной стоимости;
4) кумулятивный метод;
5) производственный метод.

В табл. 1 описаны преимущества и недостатки каждого из вышеуказанных методов.

Таблица 1

Преимущества и недостатки методов амортизации [4]

Метод амортизации	Преимущества	Недостатки
Прямолинейное списание	Легкость расчета. Стоимость объекта ОС списывается равными частями в течение всего срока его эксплуатации	Не учитывается моральный износ объектов ОС и факторы повышения затрат на ремонты по мере его эксплуатации (особенно в последние годы использования объекта ОС)
Уменьшение остаточной стоимости	В течение первых лет эксплуатации объекта ОС накапливается значительная сумма средств, необходимых для его восстановления	Предполагает обязательное наличие ликвидационной стоимости, необходимой для расчета нормы амортизации
Ускоренное уменьшение остаточной стоимости	Данный метод дает возможность на протяжении первой половины полезного срока использования основных средств возместить до 60–70 % их стоимости. Ликвидационная стоимость не учитывается	Применяется только при начислении амортизации к объектам основных средств, входящим в группы 4 (машины и оборудование) и 5 (транспортные средства)
Кумулятивный	В первые годы амортизируется большая часть стоимости амортизируемого объекта ОС и накапливаются денежные средства для его замены. Также обеспечивается возможность увеличения части расходов на ремонт амортизируемых объектов ОС, приходящихся на последние годы их использования без соответствующего увеличения расходов производства (себестоимости продукции) за счет того, что сумма начисляемой амортизации в эти годы уменьшается	Определенная степень трудоемкости в расчетах кумулятивного коэффициента
Производственный	Удобно применять при определении амортизации автотранспорта в зависимости от его пробега, станков и любого производственного оборудования	Применение связано с трудностью определения выработки отдельных объектов ОС

В практике хозяйствования малых предприятий широко применяются методы ускоренной амортизации. Это обусловлено тем, что такие методы позволяют на начальном этапе «списать» в себестоимость большую часть стоимости имущества, тем самым уменьшив налогооблагаемую прибыль. Зато в поздние сроки использования имущества, наоборот, за счет снижения амортизационных отчислений увеличивается налогооблагаемая прибыль. Таким образом, за счет ускорения амортизации налогооблагаемая база по прибыли смещается во времени к более поздним периодам [4]. Следовательно, в первые годы эксплуатации актива предприятие как бы получает бесплатный кредит от государства. Обычно этот «кредит» используют для обновления основных средств. С учетом фактора стоимости денег во времени это означает снижение текущей стоимости расходов малых предприятий по уплате налога на прибыль.

Следует отметить, что выбор метода амортизации малыми предприятиями определяется не видом актива, а предполагаемым режимом использования объекта. Например, в большинстве случаев амортизация зданий определяется методом равномерного начисления износа, а амортизация транспортных средств – методом начисления износа с сокращающейся балансовой стоимостью [4].

Также в пользу метода уменьшения остаточной стоимости можно привести два аргумента: затраты на содержание и ремонт объекта растут по мере увеличения его срока службы (то есть методом уменьшающегося остатка получается более точный конечный финансовый результат); многие объекты ОС теряют значительную часть своей рыночной стоимости уже в первые годы эксплуатации.

В то же время в период инфляции выбор метода начисления амортизации (износа) с сокращающейся балансовой стоимостью выгоден предприятиям малого бизнеса тем, что они платят свои налоги обесцененными деньгами.

Итак, целью начисления амортизации является распределение общей стоимости основных средств на весь срок их использования. Малым предприятиям необходимо выбирать такой метод, который распределял бы стоимость по периодам в соответствии с величиной прибыли, получаемой от использования основных средств в течение каждого из них. Поскольку срок полезной эксплуатации основных средств основывается на предварительной оценке, его можно периодически пересматривать [5]. В том случае, если ожидаемый способ получения экономической выгоды от основного средства существенно изменился, необходимо соответственно изменить и метод начисления амортизации (например, с ускорением морального устаревания объекта из-за появления на рынке нового вида, способного более эффективно выполнять те же функции). Там, где замена необходима, она осуществляется, и операция замены одного метода начисления на другой должна быть зафиксирована документально (в бухгалтерии – это примечания к финансовому отчету в год замены). При этом начисление амортизации по новому методу начинается с месяца, следующего за месяцем принятия решения про изменение метода амортизации.

Поскольку амортизационные отчисления влияют на конечную цену продукции, субъекту малого предпринимательства необходимо учитывать ее конкурентоспособность, а также стадии своего развития. Если он находится на стадии развития, рационально принять прямолинейный или производственный метод, потому что они являются методами пропорционального начисления амортизации. Если же является доминирующим на рынке и находится на стадии зрелости, то рациональнее будет использовать ускоренный метод амортизации, поскольку данный метод приведет к обновлению основных фондов и не повлияет на конкурентную позицию. В то же время увеличение суммы амортизационных отчислений при незначительных объемах реализации приведет к увеличению цены на продукцию, а затем – к снижению спроса на нее. Также при выборе малым предприятием метода начисления амортизации важную роль играет налоговая политика государства и его собственная финансовая потребность [5].

Таким образом, субъект малого предпринимательства выбирает тот метод начисления амортизации, который способствует как его развитию, так и обновлению собственных основных фондов, поскольку правильно выбранный метод амортизации – это способ маневрирования предприятия между величиной налогов, конкурентным положением на рынке и модернизацией основных фондов.

Научный руководитель – канд. экон. наук, доцент Часовникова Ю. С.

Литература: 1. Еленчук С. Г. Амортизация основных средств – один из важнейших источников инвестирования / С. Г. Еленчук // Вестник Львовской коммерческой академии. – 2011. – № 4. – С. 82–92. **2.** Положение (стандарт) бухгалтерского учета 7 «Основные средства» [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://www.nibu.factor.ua/info/instrbuh/psbu7/ **3.** Податковий кодекс України [Электронный ресурс] : Закон України від 02.12.2010 № 2755-VI. – Режим доступа : http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2755-17. **4.** Папинова О. М. Выбор оптимального метода начисления амортизации основных средств / О. М. Папинова // Баланс. – 2012. – № 43. – С. 54–55. **5.** Кононенко Т. В. О методах начисления амортизации / Т. В. Кононенко // Бухгалтерский учет и аудит. – 2011. – № 10. – С. 24–28.

МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ

УДК 339.138

Хижняк Р. В.

Студент 3 курса
факультета учета и аудита ХНЭУ им. С. Кузнеца

Аннотация. *Рассмотрены виды маркетинговых исследований, их суть, направления и особенности. Также обозначена роль маркетинговых исследований при принятии рациональных решений на предприятии. Проанализированы принципы, которые требуется использовать для проведения маркетинговых исследований, и определены результаты, получаемые от проведения исследований.*

© Хижняк Р. В., 2015

Ключевые слова: *маркетинговое исследование, классификация, эффективность, этапы исследования, предпочтения потребителей.*

Анотація. *Розглянуто види маркетингових досліджень, їх сутність, напрямки та особливості. Також позначена роль маркетингових досліджень під час прийняття раціональних рішень на підприємстві. Проаналізовано принципи, які потрібно використовувати для проведення маркетингових досліджень, і визначено результати, що одержувані від проведення досліджень.*

Ключові слова: *маркетингове дослідження, класифікація, ефективність, етапи дослідження, вподобання споживачів.*

Annotation. *The article describes the types of marketing research, their essence, directions and features. Also defines the role of marketing research in rational decision-making in the enterprise. The principles that you want to use for marketing research and determined the results obtained from the research.*

Keywords: *marketing research, classification, efficiency, phase of the study, consumer preferences.*

В наше время важнейшим фактором успешного существования предприятия является внешнеэкономическая деятельность. Для экспортоориентированного предприятия, которое стремится быть конкурентным на внешнем рынке, необходимо учитывать ряд важных условий, а именно: как эффективно формировать и расходовать экономический потенциал предприятия для достижения поставленных целей и решения определенных задач. Для решения вышеуказанного необходимо проведение эффективных маркетинговых исследований.

Данные исследования играют огромную роль в реализации маркетингового подхода к бизнесу, что дает возможность предприятию получить четкое представление о конкретно поставленной задаче. Данными проблемами по совершенствованию маркетинговых исследований занимались такие ученые: Ф. Котлер, Н. Перцовский, Ф. Ильясов, В. Пономаренко, П. Орлов.

Целью статьи является разработка поэтапной схемы исследования внешнего рынка с учетом современных тенденций развития мировой экономики.

На данный момент не существует единственного подхода к определению такого понятия, как «маркетинговое исследование». Анализ такой экономической литературы, как «Экономические известия», «Коммерсант-Украина», «Сегодня», дает следующий перечень авторов, которые по-разному понимают данное понятие. Так, Н. И. Перцовский объясняет понятие «маркетинговые исследования» как средство, обеспечивающее менеджеров рынка информацией, необходимой им для принятия решений. Ф. Н. Ильясов под понятием «маркетинговые исследования» понимает форму бизнес-исследования и направление прикладной социологии, которое фокусируется на понимании поведения, желаний и предпочтений потребителей, конкурентов и рынков в диктуемой рынком экономике. Е. П. Голубков рассматривает маркетинговые исследования как систематический и объективный сбор и анализ информации о проблеме, связанной со сбытом продукции и предложением услуг. Ф. Котлер объясняет маркетинговые исследования как систематический сбор и объективную запись, классификацию, анализ и представление данных, относящихся к поведению, потребностям, отношениям, мнениям, мотивациям и т.д. отдельных личностей, предприятий, государственных учреждений в контексте их предпринимательской, экономической, общественной, каждодневной деятельности.

По нашему мнению, более полным является определение Ф. Котлера. Данный вариант имеет ряд преимуществ, поэтому в дальнейшем под понятием «маркетинговые исследования» будет пониматься определение этого автора.

В зависимости от характера целей маркетинговых исследований выделяют три соответствующих направления маркетинговых исследований:

1) разведочные исследования – исследования, направленные на сбор информации, необходимой для наилучшего определения проблем и выдвигаемых предположений (гипотез);

2) описательные исследования – исследования, направленные на описание проблем, ситуаций, объектов и процессов;

3) казуальные исследования – исследования, проводимые для проверки гипотез, касающихся причинно-следственных связей.

Первичные маркетинговые исследования

1. Опрос – это выяснение позиций людей или получение от них справки по какому-либо вопросу. Опросы бывают устные, письменные и телефонные.

2. Наблюдение – это планомерное исследование воспринимаемых органами чувств обстоятельств без воздействия на объект исследования. Наблюдение делят на полевое, лабораторное и личное.

3. Эксперимент – это исследование влияния одного фактора на другой при одновременном контроле посторонних факторов. Различают полевой и лабораторный эксперимент.

4. Панель – это повторяющийся сбор данных у одной группы через равные промежутки времени. Различают торговые, потребительские и сервисные панели.

Вторичные («кабинетные») маркетинговые исследования

Для эффективного проведения маркетингового исследования необходимо использовать следующие принципы:

– принцип объективности предполагает сбор и анализ всей возможной и доступной информации, а также её рассмотрение со всех возможных сторон и точек зрения;

– принцип точности означает, чтято все собираемые данные должны иметь необходимую степень достоверности и не должны быть неоднозначными в понимании;

– принцип тщательности говорит о том, что получение информации в ходе маркетинговых исследований должно быть спланировано должным образом, а анализ должен отвечать предусмотренным стандартам качества.

Учитывая все вышесказанное, маркетинговые исследования будут осуществляться в соответствии со следующей схемой.

Исследование рынка – самое распространенное направление в маркетинговых исследованиях.

Объектами рыночного исследования являются тенденции и процессы развития рынка.

Основными результатами исследования рынка являются прогнозы его развития, оценка конъюнктурных тенденций, выявление ключевых факторов успеха; определение наиболее эффективных способов ведения конкурентной политики на рынке и возможности выхода на новые рынки; осуществление сегментации рынков, то есть выбор целевых рынков и рыночных ниш.

Анализ макросистемы направлен на изучение условий окружающей среды. Они не имеют прямой связи с рынком фирмы, но воздействуют равным образом на все компании, занятые на данном рынке.

Исследование внутренней среды предприятия ставит перед собой цель определить реальный уровень конкурентоспособности предприятия в результате сопоставления соответствующих факторов внешней и внутренней среды. Анализ сильных и слабых сторон предназначен на выявление преимуществ и недостатков по отношению к основным конкурентам. Именно здесь нужно получить ответ на вопросы о том, что нужно сделать, чтобы деятельность предприятия была полностью адаптирована к динамично развивающимся факторам внешней среды.

Анализ потенциала предприятия предназначен для проверки ресурсов фирмы и их соответствия направлениям стратегического плана.

Исследование потребителей позволяет определить и исследовать весь комплекс побудительных факторов, которыми руководствуются потребители при выборе товаров (доходы, социальное положение, половозрастные признаки, образование).

В качестве объектов выступают индивидуальные потребители, семьи, домашние хозяйства, а также организации.

Предметом исследования является мотивация поведения потребителя на рынке. При этом появляется возможность разработать пути предоставления выбора потребителям.

Цель такого исследования – сегментация потребителей, выбор целевых сегментов рынка.

Исследование конкурентов – получение необходимых данных для обеспечения конкурентного преимущества на рынке, а также поиск пути сотрудничества и кооперации с возможными конкурентами. С этой целью анализируются сильные и слабые стороны конкурентов, изучается занимаемая ими доля рынка, реакция потребителей на маркетинговые средства конкурентов и др.

Главными объектами изучения становятся торговые каналы, посредники, продавцы, формы и методы продажи, издержки обращения. Такие сведения позволяют определить возможности увеличения товарооборота предприятия, оптимизировать товарные запасы, разработать критерии выбора эффективных каналов товародвижения, разработать приемы продажи товаров конечным потребителям.

Анализ шансов – риска объединяет результаты всех видов анализа. Он предназначен для возможно более раннего обнаружения тех изменений в макросистеме и на рынке, которые имеют связь с преимуществами и недостатками собственной фирмы.

Исследование системы стимулирования сбыта и рекламы – также одно из важных направлений маркетинговых исследований, которое преследует цель выявить: как, когда и с помощью каких средств лучше стимулировать сбыт товаров, повысить авторитет товаропроизводителя на рынке, успешно осуществлять рекламные мероприятия.

В качестве объектов исследования выступают: поведение поставщиков, посредников, покупателей, эффективность рекламы, отношение потребительской общественности, контакты с покупателями.

Результаты исследований позволяют создать благоприятное отношение к предприятию, его товарам (сформировать имидж), определить методы формирования спроса населения, воздействия на поставщиков и посредников, повысить эффективность коммуникационных связей, в том числе – рекламы.

Исследование рекламы предполагает апробацию средств рекламы (предварительное испытание), сопоставление фактических и ожидаемых результатов от рекламы, оценку продолжительности воздействия рекламы на потребителей, позволяет принимать решения по активизации рекламных кампаний, вести поиск новых средств воздействия на потребителя, повышения его интереса к продукции предприятия. Стимулирование продвижения товаров на рынок касается не только рекламы, но и других сторон политики предприятия по сбыту, в частности, исследования эффективности конкурсов, скидок, премий, награждений и других льгот, которые могут активно применяться предприятием в их взаимодействии с покупателями, поставщиками, посредниками.

Таким образом, маркетинговое исследование – это систематический поиск, сбор, анализ и представление данных и сведений, относящихся к конкретной рыночной ситуации, с которой пришлось столкнуться предприятию. Они должны быть эффективными с экономической точки зрения, поэтому должны быть хорошо спланированы и организованы. Несмотря на многообразие видов проводимых маркетинговых исследований, в основе всех их лежит общая методология, определяющая порядок выполнения.

Научный руководитель – преподаватель Кузнецов О. В.

Литература: 1. Голубков Е. П. Основы маркетинга / Е. П. Голубков. – М. : Фин-Пресс, 2003. – 688 с. **2.** Егорова М. М. Маркетинг: конспект лекций / М.М. Егорова. – М. : Инфра-М, 2008. – 60 с. **3.** Минько Э. В. Маркетинг : учеб. пособие / Э. В. Минько, Н. В. Карпова. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2007. – 415 с. **4.** Михалева Е. П. Маркетинг. Конспект лекций / Е. П. Михалева. – М. : Юрайт-Издат, 2010. – 224 с. **5.** Черняховская Т. Н. Маркетинговая деятельность предприятия: теория и практика / Т. Н. Черняховская. – М. : Высшее образование, 2008. – 533 с.

ИНВЕНТАРИЗАЦИЯ, ВЫЯВЛЕНИЕ НЕДОСТАЧИ И УЧЕТ ИНВЕНТАРИЗАЦИОННЫХ РАСХОЖДЕНИЙ

УДК 658.787

Хижняк Р. В.

Студент 2 курса
факультета учета и аудита ХНЭУ им. С. Кузнеца

Аннотация. *Рассмотрен процесс инвентаризации, проблемы и особенности данной процедуры на предприятии. Также определены сроки и периодичность проведения инвентаризации. Проанализированы случаи выявления инвентаризационных расхождений на предприятии; определены последующие действия для решения данной проблемы; обоснованы способы ведения отчетности.*

Ключевые слова: *инвентаризация, имущество, инвентаризационная комиссия, расхождения, виновное лицо, недостача.*

Анотація. *Розглянуто процес інвентаризації, проблеми та особливості цієї процедури на підприємстві. Також визначено терміни та періодичність проведення інвентаризації. Проаналізовано випадки виявлення інвентаризаційних розбіжностей на підприємстві; визначено подальші дії для вирішення цієї проблеми; обґрунтовано способи ведення звітності.*

Ключові слова: *інвентаризація, майно, інвентаризаційна комісія, розбіжності, винна особа, недостача.*

© Хижняк Р. В., 2015

Annotation. *The article describes the process of inventory problems and peculiarities of this procedure in the enterprise. Also determined the timing and frequency of inventory. The cases of identification of inventory discrepancies in the enterprise, the following steps to resolve this problem. In the article the methods of reporting.*

Keywords: *inventory, property, inventory commission, discrepancies, the guilty person, shortage.*

Все субъекты хозяйствования с целью обеспечения достоверности данных бухгалтерского учета и финансовой отчетности должны проводить инвентаризацию всех своих активов и обязательств. Поэтому данная статья является актуальной в современных условиях может иметь практическую пользу для субъектов хозяйствования.

Тему инвентаризации и учета инвентаризационных расхождений изучали многие ученые-экономисты: Бакушевич Я. М., Гайдук В. А., Пилипчук В. М., Устенко А. А., Керимов В. Э., Дубоносов Е. С., Бровкина Н. Д. Тем не менее, вопросы инвентаризационных расходов все ещё до конца не исследованы. Также имеются некоторые противоречия во взглядах на эту проблематику.

Цель работы заключается в том, чтобы ознакомиться с особенностями инвентаризационных операций на предприятии, рассмотреть, какие сложности могут возникнуть и какие действия нужно предпринять.

Объектом исследования является деятельность предприятия в области инвентаризационных операций.

Предмет изучения – субъект хозяйствования.

Основным документом, которым необходимо руководствоваться предприятиям при проведении инвентаризации, оформлении ее результатов и регулировании инвентаризационных разниц, является Положение об инвентаризации активов и обязательств. Данное Положение определяет порядок проведения инвентаризации активов и обязательств и оформление его результатов. Положение применяется юридическими лицами, созданными в соответствии с законодательством Украины, независимо от их организационно-правовых форм и форм собственности.

Инвентаризация проводится с целью обеспечения достоверности данных бухгалтерского учета и финансовой отчетности предприятия. При инвентаризации активов и обязательств проверяются и документально подтверждаются их наличие, состояние, соответствие критериям признания и оценка.

Инвентаризация активов и обязательств перед составлением годовой финансовой отчетности проводится до даты баланса в период: трех месяцев для необоротных активов, запасов, текущих биологических активов, дебиторской и кредиторской задолженностей, расходов и доходов будущих периодов, обязательств; до временного выбытия с предприятия объектов основных средств, в частности автомобилей, морских и речных судов, отправляющихся в длительные рейсы, других материальных ценностей, которые на дату инвентаризации будут находиться вне предприятия. При этом инвентаризация земельных участков, зданий, сооружений и других недвижимых объектов может проводиться один раз в три года [1].

Инвентаризации подлежит все имущество учреждения независимо от его местонахождения (в том числе незавершенное капитальное строительство, незавершенное производство) и все виды финансовых обязательств. Годовая инвентаризация должна проводиться сплошным методом и охватывать все имущество учреждения. Требуется подчеркнуть, что периодичность проведения инвентаризаций, даты их проведения и перечень имущества и обязательств, подлежащих инвентаризации, определяет руководитель учреждения.

В состав инвентаризационной комиссии входят работники учреждения (руководители отделов или служб) и обязательно главный бухгалтер. Местные инвентаризационные комиссии проводят снятие фактических остатков материальных ценностей, сверяют наличие указанных ценностей с данными бухгалтерского учета и составляют свои заключения о выявленных недостачах и излишках, вносят предложения по вопросам упорядочения приема, хранения и отпуска материальных ценностей, улучшения учета и контроля за их сохранностью.

В бухгалтерском учете списание стоимости недостающих объектов основных средств осуществляется в установленном п. 34 П(С)БУ 7 порядке: финансовый результат от выбытия определяется вычетом из дохода от выбытия основных средств их остаточной стоимости, непрямых налогов и расходов, связанных с выбытием ОС.

Механизм отражения в бухгалтерском учете недостач основных средств следующий: при выявлении недостач расходы в размере остаточной стоимости объекта списывают на другие расходы с отражением на субсчете 976 «Списание необоротных активов» (Дт 976 – Кт 10) с одновременным списанием с баланса накопленного износа объекта (Дт 131 – Кт 10). Сумму остаточной стоимости объекта также отражают на забалансовом счете 07 «Списанные активы», а именно на субсчете 072 «Невозмещенные недостачи и потери от порчи ценностей» [2].

Стоит заметить, что уменьшение суммы остатка на этом субсчете отражается после решения вопроса о виновниках с одновременными записями по дебету субсчета 375 «Расчеты по возмещению нанесенных убытков» и кредиту субсчета 746 «Другие доходы от обычной деятельности» в сумме, подлежащей возмещению виновниками. В случае невыявления виновников недостач сумма остатка, учитываемая на субсчете 072, списывается по истечении срока исковой давности, который в указанном случае составляет 3 года.

Если причиной недостач основных средств является наступление чрезвычайных обстоятельств (наводнения, пожары и т. п.), то в таком случае остаточная стоимость таких объектов списывается на дебет счета 99 «Чрезвычайные расходы». Суммы начисленных возмещений при этом будут отражаться по кредиту счета 75 «Чрезвычайные доходы» (субсчет 751 «Возмещение убытков от чрезвычайных событий»).

В целях налогообложения прибыли к прочим расходам, уменьшающим налоговую базу, относятся расходы в виде недостачи материальных ценностей в производстве и на складах, на предприятиях торговли в случае отсутствия виновных лиц, а также убытки от хищений, виновники которых не установлены. При этом факт отсутствия виновных лиц должен быть документально подтвержден уполномоченным органом государственной власти [3].

Факт отсутствия виновных лиц может быть подтвержден уполномоченным органом государственной власти, осуществляющим следственные действия в отношении хищений в соответствии с действующим законодательством. Так, например, в случае угона автомобиля, принадлежащего организации, остаточная стоимость этого автомобиля (по данным налогового учета) включается в состав прочих расходов. При этом организации необходимо иметь следующие документы: акт инвентаризации, проводимой в обязательном порядке в случае выявления фактов хищения; документы, подтверждающие факт угона транспортного средства, выданные следственными органами внутренних дел Украины, осуществляющими работу по расследованию и раскрытию преступлений, в том числе угонов (краж) транспортных средств. Сумма же страхового возмещения, полученная от страховой компании по договору страхования автомобиля от угона, включается в состав прочих доходов. Если виновное лицо установить удастся, то следующее, что нужно сделать, – определить размер ущерба, подлежащего возмещению. В вопросе определения размера ущерба / убытков, причиненных предприятию, необходимо руководствоваться нормами Положения об инвентаризации активов и обязательств как непосредственным документом, регулирующим порядок проведения инвентаризации [4].

Важно помнить, что результаты инвентаризации в учете должны быть отражены в том месяце, в котором она закончена, но не позднее декабря месяца отчетного года. По результатам работы инвентаризационной комиссией составляется протокол [5].

Задолженность по суммам недостач и хищений средств и материальных ценностей, суммам убытков от порчи материальных ценностей, отнесенных на счет виновных лиц, и другим суммам, подлежащим удержанию в установленном порядке, отражают: в строке 184 «Расчеты по возмещению нанесенных убытков» формы № 1 «Баланс»; в строке 080 «Задолженность по сумме возмещенных убытков, подлежащих перечислению в бюджет» Справки о суммах дебиторской и кредиторской задолженности учреждения по операциям, которые не отражаются в форме № 7д, 7м «Отчет о задолженности по бюджетным средствам». При этом в самой форме № 7д, 7м «Отчет о задолженности по бюджетным средствам» такая задолженность не отражается. Кроме того, суммы выявленных недостач отражаются в годовой отчетности. Информация о результатах проведенной инвентаризации в целом приводится также в пояснительной записке к годовому отчету.

Исходя из вышесказанного, следует отметить, что на любом предприятии должна проводиться инвентаризация имущества. Данная процедура должна быть проведена либо местной инвентаризационной комиссией, либо центральной инвентаризационной комиссией. По окончанию должен быть составлен протокол. Несоответствие фактического наличия материальных ценностей данным бухгалтерского учета приводит к появлению так называемых инвентаризационных разниц: излишков или недостач. Основные средства предприятия в этом аспекте подлежат меньшему риску, чем товары, производственные запасы или готовая продукция, однако иногда случаются и их недостачи. Причинами таких недостач могут быть кражи, порча, а также неотражение в учете выбытия основных средств.

Научный руководитель – канд. экон. наук, доцент Часовникова Ю. С.

Литература: 1. Об утверждении Положения об инвентаризации активов и обязательств [Электронный ресурс] : Приказ Министерства финансов Украины от 02.09.2014 № 879. – Режим доступа : http://www.profiwins.com.ua /ru/letters-and-orders/treasury/5215-879.html. **2.** Пархоменко В. Методические рекомендации по бухгалтерскому учету инвентаризации / В. Пархоменко // Все о бухгалтерском учете. – 2011. – № 14. – С. 43–46. **3.** Податковий кодекс України [Электронный ресурс] : Закон України від від 02.12.2010 № 2755-VI. – Режим доступа : http: //zakon4.rada.gov.ua/laws/show/2755-17. **4.** Положение (стандарт) бухгалтерского учета 7 «Основные средства» [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://www.nibu.factor.ua/info/instrbuh/psbu7. **5.** Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні : Закон України від 16.07.1999 № 999-XIV. – Режим доступа : http://zakon5. rada.gov.ua/laws/show/996-14. **6.** Грачова Р. Счет 69 «Доходы будущих периодов» [Электронный ресурс] / Р. Грачова. – Режим доступа : http://www.fingal.com.ua/content/view/139/35/1/169.

ПОРЯДОК ПРОВЕДЕНИЯ ИНВЕНТАРИЗАЦИИ И ОСОБЕННОСТИ ОТОБРАЖЕНИЯ ЕЕ РЕЗУЛЬТАТОВ В УЧЕТЕ НА ТОРГОВОМ ПРЕДПРИЯТИИ

УДК 658.787.6

Хижняк Р. В.
Худокормова А. А.

Студенты 3 курса
факультета учета и аудита ХНЭУ им. С. Кузнеца

Аннотация. *Проанализированы порядок проведения инвентаризации и особенности отображения ее результатов в учете на торговых предприятиях Украины в современных условиях хозяйствования; обозначены основные этапы ее проведения; приведены ключевые положения из нормативных документов, которые регулируют данный процесс.*

Ключевые слова: *инвентаризация, бухгалтерский учет, недостачи, излишки, финансовый результат, отчетность.*

Анотація. *Проаналізовано порядок проведення інвентаризації та особливості відображення її результатів в обліку на торговельних підприємствах України в сучасних умовах господарювання; окреслено основні етапи її проведення, наведено ключові положення з нормативних документів, які регулюють цей процес.*

Ключові слова: *інвентаризація, бухгалтерський облік, нестачі, надлишки, фінансовий результат, звітність.*

Annotation. *The article analyzes the procedure for inventory and imaging features of the results recorded at the commercial enterprises of Ukraine in the current economic conditions, marked the main stages of its implementation, are the key provisions of the regulations that govern the process.*

Keywords: *inventory, accounting, shortages, surpluses, financial results, reporting.*

Инвентаризация проводится на всех предприятиях с определенной периодичностью. С ее помощью можно обнаружить недостачи и выявить ответственных за них. Следовательно, без нее невозможно обеспечить достоверность бухгалтерских данных, что становится особенно актуальным в период составления годового отчета. Специалисты считают, что с помощью инвентаризации можно оказать дисциплинирующее воздействие на работников.

Теоретическое и практическое решение проблемы инвентаризации привлекало внимание таких украинских и зарубежных ученых: Е. Шара, М. Михайлова, М. Медведева, Н. Коробова, В. Максимова, А. Гладких, Т. Сафонова, В. Лень, В. Астахова, И. Кукукина и др. При этом следует отметить, что в научных работах недостаточно полно отражены современные проблемы проведения инвентаризации.

Целью данной статьи является критический анализ основных аспектов проведения инвентаризации на торговых предприятиях Украины в современных условиях хозяйствования.

Инвентаризация – это фактическая проверка и документальное подтверждение наличия и состояния, оценка активов и обязательств (имущество, вложения предприятия в уставные капиталы других предприятий, расчеты с дебиторами и кредиторами) предприятия [1].

Согласно ст. 10 Закона Украины «О бухгалтерском учете и финансовой отчетности в Украине» для обеспечения достоверности данных бухгалтерского учета и финансовой отчетности предприятия обязаны проводить инвентаризацию активов и обязательств, в ходе которой проверяются и документально подтверждаются их наличие, состояние и оценка [2].

Основной задачей инвентаризации является выяснение, совпадают ли данные бухучета с фактическим наличием тех или иных ценностей, с целью обеспечения достоверности данных отчетности.

Руководитель предприятия самостоятельно определяет, какие объекты и с какой периодичностью подлежат инвентаризации, кроме тех случаев, когда инвентаризация является обязательной.

Для ее проведения создается постоянно действующая комиссия, которая утверждается приказом руководителя предприятия. В ее состав должны входить руководитель предприятия или его заместитель, главный бухгалтер и руководители структурных подразделений [3].

Проверке подлежит не только то имущество, которое является собственностью предприятия, но и ценности на забалансовых счетах, то есть на которые права собственности предприятие не имеет. Примером могут служить товары, полученные на ответственное хранение.

© Хижняк Р. В., Худокормова А. А., 2015

Основными причинами наличия излишков товаров на торговых предприятиях могут являться [4]:

- неправильность оприходования товаров;
- неправильность отпуска и списания;
- завышение стоимости списанных товаров.

Излишки товаров, которые обнаружены при инвентаризации, должны быть отнесены на финансовый результат с включением в состав доходов отчетного периода, которые отражаются на субсчете 719 «Прочие доходы от операционной деятельности» [5].

Согласно П(С)БУ 9 и Методическим рекомендациям по бухгалтерскому учету запасов недостачи и потери товаров сверх норм естественной убыли признаются расходами отчетного периода, которые отражаются на субсчете 947 «Недостачи и потери от порчи ценностей» [5].

В розничной торговле обязательно должна списываться сумма торговой наценки, которая относится к стоимости недостающих или испорченных товаров. Также суммы недостач и потерь от порчи товаров сверх норм естественной убыли отражаются на забалансовом счете 072 [5].

После установления лиц, которые должны возместить потери товаров сверх норм естественной убыли, сумма, причитающаяся к возмещению, зачисляется в состав дебиторской задолженности (субсчет 375 «Расчеты по возмещению причиненных убытков») и прочего операционного дохода (субчет 716 «Возмещение ранее списанных активов»), а также расчетов с бюджетом (на разницу между суммой, которая должна быть возмещена виновником, и фактической себестоимостью недостачи).

Одновременно производится списание суммы недостачи, отраженной на забалансовом учете по субсчету 072.

Оценка ущерба проводится с применением любого из методических подходов, который наиболее полно отвечает цели оценки.

В случае невозможного физического восстановления поврежденного имущества или в случае, когда стоимость восстановительного ремонта его составляющих не подлежит устранению, размер реального ущерба равен рыночной стоимости неспециализированного имущества. Такая стоимость определяется с применением сравнительного и (или) доходного подходов, или остаточной стоимости воспроизведения (замещения) специализированного имущества, определенной с применением затратного подхода, исходя из состояния до хищения, недостачи, уничтожения (порчи) [6].

Оценка реальных убытков, которые являются следствием хищения, недостачи, уничтожения (порчи) транспортных средств, проводится согласно методике, утвержденной Минюстом и Фондом государственного имущества.

В случае объективной невозможности использования имущества лицом, которому причинен ущерб в результате нарушения его прав, или неправомерного использования его имущества, определяется размер упущенной выгоды [6].

Оценка упущенной выгоды проводится путем применения:

- оценочной процедуры накопления или калькулирования чистого операционного дохода, который не был получен лицом, которому нанесен ущерб, начиная с установленной даты невозможности использования имущества до даты оценки;
- оценочной процедуры дисконтирования чистого операционного дохода, который не получит лицо, которому нанесен ущерб, от даты возмещения убытков в размере стоимости имущества, определенной исходя из состояния имущества к хищению (недостачи, уничтожению, порчи), или даты, с которой такое использование будет возможным, до даты оценки;
- других оценочных процедур по определению размера упущенной выгоды [6].

В случае невозможности проведения независимой оценки, оценка ущерба заключается в увеличении балансовой остаточной стоимости поврежденного имущества, определенной по состоянию на дату оценки; последнюю отчетную дату предприятия – балансодержателя поврежденного имущества на коэффициент, равный произведению индексов цен, которые определяются Госстатом, за период с даты, на которую была определена балансовая остаточная стоимость имущества, до даты оценки убытков.

В случае отсутствия информации об остаточной балансовой стоимости имущества или если такая стоимость равна нулю на дату оценки, увеличению подлежит первоначальная (переоцененная) балансовая стоимость такого имущества, уменьшенная на 50 % [6].

С суммы, которая подлежит взысканию с виновного лица, необходимо осуществить возмещение убытка в размере обнаруженной недостачи. Разница между суммой возмещения и суммой балансовой стоимости товара подлежит перечислению в бюджет.

Отражение недостач зависит от того, по каким ценам учитывается товар: по продажным или по покупным.

На предприятиях, которые занимаются оптовой торговлей, отражение результатов инвентаризации является упрощенным и менее трудоемким.

А на предприятиях розничной торговли этот процесс усложняется из-за того, что существует необходимость списания торговой наценки.

Из вышеуказанных особенностей проведения инвентаризации можно сделать вывод, что эффективность инвентаризационной работы прежде всего зависит от оптимального планирования и качественного, а также своевременного ее проведения. В Украине при современных условиях хозяйствования на торговых предприятиях не уделяется должного внимания процессу инвентаризации. Руководители и главные бухгалтера недооценивают важности фактического ее осуществления и проводят инвентаризацию только в том случае, когда ее практически невозможно избежать.

Обобщая вышеизложенное, следует заметить, что улучшение состояния инвентаризационной работы возможно при условии усиления качества работы инвентаризационной комиссии и объективности определения ее результатов.

Научный руководитель – канд. экон. наук, доцент Пасенко Н. С.

Литература: 1. Гуйда Л. Когда и для чего проводится инвентаризация [Электронный ресурс] / Л. Гуйда // Дебет Кредит: украинский бухгалтерский еженедельник. – Режим доступа : http://dtkt.com.ua/debet/rus/2000/47/47pr3.html. **2.** Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні [Электронный ресурс] : Закон України від 16.07.1999 № 996-XIV. – Режим доступа : http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/996-14. **3.** Inventory Team : офиц. сайт [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://www.inventory-team.com.ua/inventory-process. **4.** Порядок проведения инвентаризации. Методическое руководство [Электронный ресурс] // Инфостарт. – Режим доступа : http://infostart.ru/public/17050. **5.** Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 9 "Запаси" [Электронный ресурс] : Наказ Міністерства фінансів України від 20.10.1999 № 246. – Режим доступа : http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/REG4044.html. **6.** Про затвердження Методики оцінки майна : Постанова Кабінету Міністрів України від 10.12.2003 № 1891 [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/1891-2003-%D0%BF.

ФОРМИРОВАНИЕ В СИСТЕМЕ УЧЕТА И АНАЛИЗА ИНФОРМАЦИИ О ФИНАНСОВОМ СОСТОЯНИИ ПРЕДПРИЯТИЯ

УДК 657:658.14/.17

Ходжакулыева С. К.

Студент 2 курса
факультета учета и аудита ХНЭУ им. С. Кузнеца

Аннотация. *Рассмотрены роль и значение информационного обеспечения учетной и аналитической деятельности предприятий. Обоснована необходимость и приведены основные направления совершенствования формирования информационной базы для нужд анализа, с целью определения финансового состояния предприятия.*

Ключевые слова: *учет, финансовая отчетность, анализ, предприятие, информационная база предприятия.*

Анотація. *Розглянуто роль і значення інформаційного забезпечення облікової та аналітичної діяльності підприємств. Обґрунтовано необхідність і наведено основні напрями вдосконалення формування інформаційної бази для потреб аналізу з метою визначення фінансового стану підприємства.*

Ключові слова: *облік, фінансова звітність, аналіз, підприємство, інформаційна база підприємства.*

© Ходжакулыева С. К., 2015

Annotation. *This article examines the role and importance of information security and analytical accounting of enterprises. The necessity and the basic directions of improvement of the formation of an information base for the needs analysis to determine the financial condition of the company.*

Keywords: *accounting, financial reporting, analysis, enterprise, information database company.*

В начале третьего тысячелетия Украина прилагает много усилий к интеграции в современное европейское и мировое содружество. Этот факт напрямую связан с необходимостью доведения до высокого уровня всех сфер экономической жизни страны. Отечественные предприятия находятся на очень сложном этапе своего развития. Наряду с экономическим кризисом, постоянными изменениями налогового законодательства идут процессы накопления опыта в области управления кризисными ситуациями, новых форм хозяйствования и т. п. Целью учетно-аналитического обеспечения предприятия является обеспечение его полной, своевременной и достоверной информацией для принятия текущих и стратегических управленческих решений.

Анализ последних исследований. В последнее время вопросам улучшения информационной базы системы управления субъектами хозяйствования уделяется все больше внимания. В частности, отдельные аспекты указанной проблемы нашли соответствующее отражение в научно-теоретических исследованиях И. С. Волчанка, Г. П. Журавля, С. В. Ивахненкова, В. С. Леня, М. С. Пушкаря, П. Я. Хомина и других известных отечественных и зарубежных ученых.

Цель статьи – исследование уровня достоверности, объективности и полноты базовых источников информации для анализа и оценки финансово-экономического состояния предприятия.

Изложение основного материала. Информационные ресурсы финансовой отчетности дают возможность осуществить комплексную аналитическую оценку хозяйственной деятельности не только отдельного предприятия, но также и направления хозяйствования. Результаты хозяйственной деятельности складываются под влиянием большого числа факторов, качественных и количественных показателей использования ресурсов [1, с. 69–74].

Эффективность управления производственной деятельностью обеспечивается информацией о деятельности структурных подразделений, служб, отделов предприятия. Система информационных потоков создает информацию для управленческого учета и формирует базу данных для руководителей разных уровней управления внутри предприятия с целью принятия ими правильных управленческих решений. И чем разнообразнее является структура предприятия, тем больше требуется обработать экономической информации.

Для анализа информации на предприятии разрабатывается специальная система оценки внешней среды, которая предусматривает проведение специальных наблюдений за состоянием важных для предприятия внешних факторов.

Информационный метод наиболее надежный при построении стратегии развития деятельности предприятия. Его преимущество – высокий уровень объективности. Развитие системы информационных потоков позволяет повысить качество управленческих решений, что обеспечивает конкурентоспособность предприятия [2, с. 21–24].

В современной экономике показатели анализа финансово-экономического состояния предприятия являются важной составляющей общей информационной системы управления, прежде всего для обеспечения устойчивого функционирования предприятия непосредственно в управленческой системе и потребностей использования такой оценки деловыми партнерами, инвесторами, кредиторами и др. На практике оценка финансово-экономического состояния предприятия, независимо от используемой методики, сводится преимущественно к расчету числовых значений финансовых коэффициентов, показателей структурных сдвигов, темпов их изменения [3, с. 69–70].

Финансовая отчетность как публичная информация одновременно является источником для внешних пользователей. Баланс (Отчет о финансовом состоянии) как форма финансовой отчетности содержит информацию, на основе которой формируется представление о финансовом состоянии предприятия по приведенным данным об активах, обязательствах и собственном капитале на определенную дату. Он является информационным носителем экономических и юридических прав субъектов хозяйствования. С экономической стороны Баланс (Отчет о финансовом состоянии) расшифровывает содержание и структуру активов предприятия (теория хозяйственной единицы); юридическое содержание (теория собственника) – отражает совокупность прав и обязательств предприятия, которые представляют структуру пассива баланса и представлены собственным капиталом и различными видами задолженности.

Внешний анализ финансово-экономического состояния базируется в основном на доступной (обнародованной, раскрытой) информационной базе, то есть публичной финансовой отчетности и раскрытии отдельной информации, приведенной в примечаниях к ней. Однако чтобы получить более объективную характеристику финансового состояния современного предприятия и базовую основу для прогнозирования перспектив его развития, такой информационной базы недостаточно. Внутренние аналитики (или специализированные организации) вынужденно привлекают дополнительные источники информации: «важные аспекты международного опыта анализа финансовых отчетов рассматриваются и исследуются компаниями, специализирующимися на предостав-

лении услуг финансового и бизнес консалтинга, управлении активами и принятии инвестиционных решений» [4, с. 154–158].

Большинство годовых финансовых отчетов современных публичных и общественно значимых субъектов экономики содержит много дополнительных составляющих. В экономически развитых странах в перечень обязательных составляющих годового отчета входит заявление руководителя, отчет аудиторской организации, финансовый обзор и финансовые показатели (резюме основных финансовых показателей, коэффициентов и тенденций за последние 3–5 лет). Важным источником информации является обоснование потенциала развития предприятия, сделанное его руководящим органом, конкурентная позиция на отраслевом рынке и позиционирование в экономике в целом.

В общем, анализ финансовой отчетности рассматривается как процесс оценки текущего и будущего финансово-экономического положения и результатов деятельности предприятия. Наиболее распространенным методом анализа финансовой отчетности является коэффициентный подход: «анализ с помощью финансовых коэффициентов является ориентированным на будущее, но, осуществляя такой анализ, необходимо учитывать факторы, которые влияют на показатели анализа сейчас и могут проявиться в будущем. Исходя из этого, полезность финансовых коэффициентов зависит от умения их правильно интерпретировать» [5, с. 84–86].

На сегодня недостаточно изучена необходимость и возможность применения других (кроме коэффициентных, по данным формализованных показателей финансовой отчетности) приемов и методов оценки и анализа финансово-экономического состояния предприятия. Использование интуитивно-логической составляющей комплексного анализа финансово-экономического состояния предприятия обуславливает применение методов экспертных оценок. Теоретически их точность и достоверность зависит прежде всего от профессиональной компетентности, однако на практике проблематика значительно глубже.

В современных исследованиях и публикациях определяется позиция экономистов, что финансово-экономическое положение современного предприятия объективно определять на основе системы репрезентативных, конкретизированных, информационно насыщенных абсолютных показателей и относительных индикаторов. Бесспорно, такая система показателей должна иметь формализованный формат, выстроенный в определенную методику.

В этой системе основные абсолютные финансовые индикаторы можно получить интерпретируя показатели финансовой отчетности предприятия (формы № 1 «Баланс» (Отчет о финансовом состоянии) и № 2 «Отчет о финансовых результатах» (Отчет о совокупном доходе). Интерпретированные показатели баланса позволяют достаточно точно установить основные финансовые индикаторы на определенную дату и охарактеризовать показатели деятельности предприятия за отчетный период. Абсолютные финансовые индикаторы предоставляют информацию о финансовых результатах, себестоимости, оборотных и необоротных активах, обязательствах, источниках формирования и структуре капитала предприятия. Исследование абсолютных и относительных финансовых индикаторов для целей установления финансово-экономического состояния предприятия базируется на использовании методов горизонтального и вертикального анализа, исчислении цепных и базовых темпов роста этих показателей, средних величин, построении трендов для отдельных из них и других методов исследования.

Основным источником информации для анализа финансовых результатов как составной части общего анализа финансового состояния предприятия являются данные учета, а именно бухгалтерского (финансового, управленческого, оперативного) учета.

Финансовые результаты предприятия формируются в течение отчетного периода, но определение их возможно лишь по результатам сравнения полученных доходов и произведенных расходов. Для учета доходов и расходов Планом счетов предназначены соответствующие счета классов 7 «Доходы» и 9 «Расходы» и обобщающий счет 79 «Финансовые результаты». Итак, первым источником информации о финансовых результатах предприятия являются записи на данных счетах.

Данная информация дает возможность аналитику предприятия детально проанализировать источники происхождения доходов и направления расходования ресурсов предприятия по видам осуществленной деятельности. Это является преимуществом, однако для внешних пользователей доступ к этой информации является закрытым. Основным источником информации о финансовых результатах предприятия для них остается финансовая отчетность предприятия, а именно форма 2 «Отчет о финансовых результатах» (Отчет о совокупном доходе). Именно анализ отчета о финансовых результатах позволяет учесть интересы всех пользователей [6, с. 169–170].

Большая роль информации о прибыли и условиях ее формирования и использования в подготовке и принятии эффективных управленческих решений обуславливает соответственно высокие требования к ее качеству при формировании информационной системы управления прибылью. Поэтому к информации, которая входит в данную систему, относятся следующие основные требования: значимость, полнота, достоверность, своевременность, понятность, релевантность, сопоставимость, эффективность [6].

Выводы. Проблема рационального использования информационных потоков предприятия является одной из основных экономических задач. От объема и количества задействованных в процессе анализа показателей за-

висит качество управленческого решения. Анализируя степень риска определенного направления деятельности, используют информацию о развитии подобных направлений в прошлом.

Научный руководитель – канд. экон. наук, доцент Безкоровайная Л. В.

Литература: 1. Андрощук О. Вплив інформаційної прозорості на вартісні параметри підприємства / О. Андрощук // Ринок цінних паперів. – 2007. – № 1/2. – С. 69–74. **2.** Бродська І. І. Методика опрацювання фінансової звітності у процесі оцінки вартості підприємства / І. І. Бродська // Збірник наукових праць Луцького державного технічного університету. – 2006. – Вип. 3 (12). – С. 21–32. **3.** Анрощук О. Вплив інформаційної прозорості на вартісні параметри підприємства / О. Андрощук // Ринок цінних паперів України. – 2007. – № 1–2. – С. 69–74. **4.** Райковська І. П. Проблеми застосування методик аналізу фінансового стану в діяльності промислових підприємств / І. П. Райковська // Вісник Житомирського державного технологічного університету. – 2009. – № 3 (49). – С. 154–158. **5.** Ратушна О. П. Інформаційні джерела аналізу фінансових результатів / О. П. Ратушна // Аспекти стабільного розвитку економіки в умовах ринкових відносин : зб. тез допов. 5-ї міжнар. наук.-практ. конф. (м. Умань, 19–20 трав. 2011 р.). – Умань : Видавець "Сочінський", 2011. – Ч. 2. – С. 84–86. **6.** Захарчук Н. М. Аналіз фінансової звітності як факторів прийняття інвестиційних рішень / Н. М. Захарчук // Інноваційна економіка. – 2010. – № 1. – С. 196–199.

ОБЛІК ВИТРАТ І РЕЗУЛЬТАТІВ ДІЯЛЬНОСТІ ТОРГОВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ

УДК 33.054.23

Христенко А. М.

Студент 3 курсу
факультету обліку і аудиту ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Розглянуто сутність доходів і витрат, формування результатів діяльності торговельних підприємств, організацію фінансових результатів. Наведено особливості аналітичного та синтетичного обліку. Встановлено шляхи вдосконалення обліку доходів і витрат торговельних підприємств.*

Ключові слова: *прибуток, збиток, фінансовий результат.*

Аннотация. *Рассмотрены сущность доходов и расходов, формирование результатов деятельности торговых предприятий, организация финансовых результатов. Представлены особенности аналитического и синтетического учета. Установлены пути совершенствования учета доходов и расходов торговых предприятий.*

Ключевые слова: *прибыль, убыток, финансовый результат.*

Annotation. *The article considers the nature of income and expenses, the performance of the formation of trading companies, organizing financial results. Presented features of analytical and synthetic accounting. Established ways of improving accounting improvements to income and expense trade enterprises.*

Keywords: *profit, loss, financial results.*

В умовах нестабільного економічного становища скорочуються інвестиції, посилюються фінансові ризики, зростає інфляція. Інфляційні процеси ускладнюють розрахунок прибутку від продажу, знижують ефективність діяльності торговельних підприємств, що спрямована на забезпечення отримання прибутку, його оптимальний розподіл та використання, а за наявності збитків – на встановлення причин їх виникнення та джерел покриття. В Україні торгівля є важливою складовою економічного середовища, що внаслідок ринкових перетворень перебуває у стані трансформації та розвитку. Для досягнення ефективної та збалансованої діяльності торгового підприємства потрібно чітко управляти процесом формування фінансових результатів та враховувати всі внутрішні та зовнішні фактори, що впливають на отримання або прибутку, або збитків.

© Христенко А. М., 2015

Завданням дослідження є: розглянути сутність таких категорій, як: «витрати», «доходи» та «фінансовий результат»; охарактеризувати особливості організації та обліку фінансових результатів торговельних підприємств.

Метою дослідження є визначення особливостей організації обліку витрат і формування фінансових результатів торговельної діяльності підприємств.

Об'єктом дослідження є витрати, доходи та фінансові результати торговельних підприємств.

Предметом дослідження є порядок організації обліку фінансових результатів торговельних підприємств.

Дослідженням питань обліку фінансових результатів діяльності підприємств займались Нападовська Л., Верига Ю., Валуєв Б., Голов С., Герасимович А., Гуцайлюк З., Кірейцев Г., Коцупатрий М., Кужельний М., Мних Є., Моссаковський В., Сопко В., Чумаченко М., Бриттон Є., Ватерсон К., Велш Г. А., Вуд Ф., Роберт Н., Хелферт Є.

Організація обліку фінансових результатів є важливим етапом у діяльності будь-якого торговельного підприємства, завданням обліку фінансових результатів є: забезпечення оцінки доходів, витрат і результатів діяльності підприємства; точне та правильне документальне оформлення; своєчасне відображення в регістрах обліку; розрахунок фінансового результату з метою оподаткування та узагальнення інформації про наявність і рух нерозподіленого прибутку підприємства.

Доходи – це збільшення економічних вигід шляхом надходження активів або зменшення зобов'язань, внаслідок чого збільшується власний капітал підприємства.

Доходи на рівні фірми означають загальну виручку підприємства від усіх видів господарської діяльності та господарських операцій до виплати податкових платежів, які входять у ціну продукції, акцизних, митних зборів.

У Положенні (стандарті) бухгалтерського обліку 15 «Доходи» категорія доходи класифікується за такими групами: дохід (виручка) відреалізації продукції, товарів, робіт і послуг; чистий дохід від реалізації продукції товарів, робіт і послуг; інші операційні доходи; фінансові доходи; інші доходи [1].

Витратами діяльності торговельних підприємств є витрати, які пов'язані з переміщенням товарів безпосередньо від виробника до споживача. Такі витрати акумулюють у собі витрати на перевезення; зберігання; реалізацію; утриманню транспортних засобів, споруд, будівель; на оренду приміщень, матеріальних і нематеріальних активів; рекламу; страхування тощо [2].

Витрати діяльності торговельних підприємств, відповідно до Плану рахунків бухгалтерського обліку, відображаються на таких рахунках: «Адміністративні витрати» – 92, «Витрати на збут» – 93, «Інші витрати операційної діяльності» – 94.

Відповідно до отриманих доходів і понесених витрат торговельне підприємство формує фінансові результати діяльності.

Аналітичний і синтетичний облік фінансових результатів на оптових, оптово-збутових, посередницьких підприємствах та підприємствах роздрібної торгівлі мають деякі особливості, що пов'язані зі специфікою торговельної діяльності та порядком ціноутворення та особливого порядку обліку доходів і витрат на торгових підприємствах [3].

У Положенні (стандарті) бухгалтерського обліку 9 «Запаси», зазначено, що запаси, які були отримані або придбані, включаючи товари, зараховуються на баланс за первісною вартістю. Первісна вартість товарів, які були придбані за плату, являється їх собівартістю, що складається із суми, що сплачується згідно з договором постачальнику або продавцю, та витрат, що безпосередньо були понесені під час придбання товарів, їх транспортування та доведення до придатного стану.

Синтетичний облік фінансових результатів у торгівлі ведеться за загальною схемою бухгалтерського обліку фінансових результатів торговельних підприємств із урахуванням особливостей відображення в обліку собівартості реалізованих товарів [4]:

1. На оптових, оптово-збутових і посередницьких підприємствах, які обліковують товари за купівельними цінами, собівартість реалізованих товарів складається як із купівельної їх вартості, так і витрат підприємства на їх доставку та доведення товарів до придатного для реалізації стану.

2. На підприємствах роздрібної торгівлі, що обліковують товари за продажними цінами, в собівартість реалізованих товарів включають продажну вартість за вирахуванням товарних націнок, що за щомісячним розрахунком відносяться до реалізованих товарів, та додають витрати підприємства на придбання товарів, на їх доставку та доведення товарів до придатного для реалізації стану.

Відповідно до положення (стандарту) бухгалтерського обліку 16 «Витрати» та інструкції до плану рахунків витрати підприємства на придбання товарів, на їх доставку та доведення до придатного для реалізації стану повинні щомісячно списуватись на дебет рахунку 902 "Собівартість реалізованих товарів" в сумі, яка відноситься до реалізованих товарів за звітний місяць. Названі витрати розподіляються за щомісячним розрахунком на такі витрати, які відносяться до реалізованих товарів і до залишку товарів на кінець поточного місяця або періоду. Інші витрати обігу, адміністративні витрати та інші операційні витрати списуються на рахунок 791 "Результат основної діяльності" заключними записами на кінець звітного періоду [5].

Одним із раціональних шляхів удосконалення обліку доходів та витрат торговельних підприємств є забезпечення оптимізації документообігу, що пов'язано зі скороченням витрат праці на обробку та аналіз первинних документів, а також прискорення формування даних про доходи та витрати.

Використання автоматизованого ведення обліку значно підвищує результативність та оперативність, як обліку в цілому, так і роботу бухгалтера, оскільки обробка документів є важливим етапом формування даних підприємства. Перелічені складові організації обліку, які визначають порядок накопичення та узагальнення даних про доходи та витрати, а також прибутки або збитки, спрямовані на скорочення та полегшення облікових процедур та задоволення потреб користувачів бухгалтерського обліку [6].

Для обліку доходів і витрат торговельної діяльності підприємства необхідна організація ефективного та раціонального облікового процесу. Тому правильна організація обліку та формування фінансових результатів сприяє ефективному здійсненню господарської діяльності, так як отримання оперативної та точної інформації про фінансові результати у торговельних підприємств є дуже важливим етапом і залежить від галузевих особливостей підприємства.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Пасенко Н. С.

Література: 1. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 15 «Дохід» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.nibu.factor.ua/info/instrbuh/psbu15/м. **2.** Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 16 «Витрати» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.nibu.factor.ua/info/instrbuh/psbu16. **3.** Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 9 «Запаси» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.nibu.factor.ua/info/instrbuh/psbu9. **4.** Бухгалтерський облік доходів, витрат і фінансових результатів господарсько-фінансової діяльності торговельних підприємств [Електронний ресурс]. – Режим доступу : https://gorodenko.wordpress.com/2012/07/17/бухгалтерський-облік-доходів-витрат-2. **5.** Ткаченко Н. М. Бухгалтерський фінансовий облік на підприємствах України : підручник. – Київ : А.С.К., 2011. – 784 с. **6.** Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 16 «Витрати» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/z0027-00.

СУТНІСТЬ І ПРИНЦИПИ МАРКЕТИНГОВОГО АУДИТУ

УДК 336.225.674

Христенко А. М.

Студент 3 курсу
факультету обліку і аудиту ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Розглянуто сутність маркетингового аудиту, підходи до його вивчення. Визначено основні характеристики, принципи та завдання проведення маркетингового аудиту на підприємстві.*

Ключові слова: *маркетинговий аудит, підходи, дослідження, принципи, завдання, маркетинг, контроль, аудит.*

Аннотация. *Рассмотрены сущность маркетингового аудита, подходы к его изучению. Определены основные характеристики, принципы и задачи проведения маркетингового аудита на предприятии.*

Ключевые слова: *маркетинговый аудит, подходы, исследование, принципы, задачи, маркетинг, контроль, аудит.*

Annotation. *In the paper we considered the nature of marketing audit, approaches to its study. The main characteristics, principles and tasks of the marketing audit are considered.*

Keywords: *marketing audit, approaches, studies, principles, objectives, marketing, control, audit.*

© Христенко А. М., 2015

Вступ. Швидкий перебіг вподобань споживачів, постійно зростаюча конкуренція, бурхливий розвиток технологій, впровадження інновацій та інші фактори змушують підприємства приймати нові, більш оперативні та стратегічні рішення.

Як один із шляхів вирішення цієї проблеми є підвищення контролю за результатами всіх видів управлінської діяльності, особливо маркетингової. Великі компанії у розвинених країнах досить широко використовують маркетинговий аудит як спосіб контролю за маркетинговою діяльністю підприємства та як спосіб підвищення її ефективності.

Вивченням сутності поняття маркетингового аудиту займались такі науковці, як Ф. Котлер [1], О. Уілсон [2], Т. Примак [3], С. Гаркавенко [3], В. Шкарадун [4], А. Павленко [3] та ін.

В Україні такий вид проведення аудиту є необов'язковим. Нерозуміння сутності маркетингового аудиту як способу підвищення маркетингової діяльності призводить до мінімального його використання. Тому дослідження та аналіз сутності та принципів аудиту маркетингу є актуальним питанням для науки та практики.

Передумовою виникнення та розвитку маркетингового аудиту стала швидка зміна (мінливість) економічної ситуації в США в 1950–1970 роках. У зазначений період підприємства масово розробляли та виводили нові продукти на ринки, що зумовило загострення між ними боротьби за споживача у сфері рекламної активності та збутової діяльності. Як наслідок, на підприємствах більше уваги почали приділяти питанням маркетингу та процесу оцінки власних маркетингових програм.

Маркетинговий аудит був вперше проведений на початку 50-х років минулого століття в США консультаційною фірмою "Booz-Allen-Hamilton". Дані, пов'язані з описом цього процесу, було опубліковано у 1959 році [3]. Американська маркетингова асоціація того ж року надрукувала ряд книг із описом маркетингового аудиту. У 60-х роках XX століття маркетинговому аудиту почало приділятися більше уваги, і він все частіше почав з'являтися в переліку послуг консалтингових компаній. Інтерес із боку економістів, науковців та експертів почав зростати, ціллю їх досліджень було визначення сутності маркетингу. Зведену інформацію щодо різноманітних підходів до розкриття терміна «маркетинговий аудит» наведено в табл. 1.

Таблиця 1

Визначення поняття «маркетинговий аудит» науковцями

Автор	Визначення
Ф. Котлер [1]	Маркетинговий аудит – це комплексне, системне, регулярне та незалежне спостереження маркетингового середовища підприємства, його цілей, стратегій і діяльності з метою визначння проблемних сфер, можливостей і заходів для поліпшення ефективності маркетингу підприємства
Уілсон Обрі [2]	Аудит маркетингу – це метод самостійного аналізу і визначення наявних маркетингових ресурсів, які недостатньо використовуються
Я. Дядьо [7]	Маркетинговий аудит – основа процесу змін, це глибокий стратегічний контроль діяльності всієї сукупності маркетингової діяльності підприємства
Т. Примак [3]	Аудит маркетингу – це прийом стратегічного контролю, що здійснюється вищою ланкою керівництва з метою з'ясування, чи використовує підприємство всі маркетингові можливості та яка ефективність їх використання
С. Гаркавенко [3]	Маркетинговий аудит – комплексна періодична перевірка зовнішнього та внутрішнього середовища маркетингу, стратегій, цілей та окремих видів маркетингової діяльності фірми
Т. Дерев'янченко [4]	Маркетинговий аудит – це незалежне, компетентне, періодичне та всебічне дослідження основних чинників зовнішнього та внутрішнього середовища, цілей, стратегій і діяльності підприємства з метою превентивного виявлення проблем і прихованого потенціалу, а також розробки нової маркетингової моделі
М. Мак-Дональд [7]	Аудит маркетингу – це засіб, за допомогою якого можна відповісти на питання : «Де зараз знаходиться компанія?»
Є. Голубков [7]	Аудит маркетингу – це всеосяжна, систематична, незалежна та періодична перевірка зовнішнього середовища маркетингу, цілей, стратегій і окремих видів маркетингової діяльності для організації в цілому або для господарських одиниць
В. Шкардун [4]	Маркетинговий аудит – проектна форма проведення стратегічного аналізу – комплексна, незалежна оцінка зовнішнього і внутрішнього середовища підприємства та вироблення рекомендацій щодо приведення в норму стану підприємства відповідно до умов і вимог зовнішнього середовища
А. Павленко [3]	Маркетинговий аудит – це компетентне, незалежне, періодичне та всебічне дослідження основних чинників зовнішнього і внутрішнього середовища, цілей, стратегій і діяльності підприємства з метою превентивного виявлення проблем і прихованого потенціалу, а також розроблення адекватної маркетингової стратегії

Аналіз визначень маркетингового аудиту показав, що існує два основних теоретичних підходи: маркетинговий аудит як процес та маркетинговий аудит як інструмент. Маркетинговий аудит як процес має такі особливості, як комплексність, систематичність, незалежність і всеосяжність. Наведені характеристики водночас є основними принципами маркетингового аудиту. Примак Т. [3] визначив, що основною ознакою аудиту маркетингу як інстру-

менту є комплексна оцінка, що здійснюється вищою ланкою керівництва для аналізу маркетингових можливостей підприємства.

На нашу думку, найбільш змістовно поняття маркетингового аудиту визначив Павленко А. [3], тому що він звернув увагу на основну особливість маркетингового аудиту – компетентність; виділив основну ціль та мету маркетингового аудиту, які включать не тільки оцінку маркетингового середовища підприємства, а й превентивне виявлення проблем та пошук прихованого потенціалу підприємства.

Незалежно від теоретичного підходу вивчення маркетингового аудиту його основними цілями є проведення стратегічного аналізу підприємства, аналіз наявної на підприємстві маркетингової моделі, розробка рекомендацій щодо підвищення ефективності маркетингу на підприємстві.

Стратегічний аналіз – це комплексне дослідження позитивних і негативних факторів, які можуть вплинути на економічне становище підприємства у перспективі, а також шляхів досягнення стратегічних цілей підприємства [5]. За допомогою стратегічного аналізу розробляється комплексний стратегічний план розвитку підприємства, здійснюється науково обґрунтована, всебічна і своєчасна підтримка прийняття стратегічних управлінських рішень.

Аналіз маркетингової моделі являє собою періодичну, всебічну, об'єктивну перевірку маркетингової діяльності підприємства і відповідності маркетингової стратегії зовнішнім умовам, яка проводиться у визначеній послідовності, у процесі якої виявляються основні проблеми, які постають перед суб'єктом господарської діяльності. Результатом такої перевірки є план заходів, спрямований на підвищення ефективності усієї системи маркетингу підприємства.

Маркетинговий аудит, так як і фінансовий, має особливі принципи. Як вже було зазначено – це комплексність, систематичність, всеосяжність, періодичність і незалежність [3–7].

Незалежність – означає що аудит маркетингу має бути об'єктивним і не залежати від осіб, що беруть участь у прийнятті маркетингових рішень у компанії. Краще проводити маркетинговий аудит за допомогою незалежних консультантів, які мають більший досвід у проведенні такого роду перевірок.

Періодичність – маркетинговий аудит повинен проводитись регулярно, а не тільки тоді, коли виникають серйозні проблеми. Більшість проблем виникає в період розквіту компанії, і якщо їх не діагностувати та вчасно не вилучити, то наслідки можуть бути досить невтішними. Тому проведення маркетингового аудиту має бути запланованим заходом, для того щоб із певною періодичністю відстежувати зміни.

Всеосяжність – аудит охоплює всі головні види маркетингової діяльності і не обмежується аналізом окремих критичних моментів.

Комплексність – це системність, взаємопов'язаність, повнота аналізу подій, явищ, а також планування, прогнозування, управління суб'єктами та об'єктом підприємницької діяльності [8]. Маркетинговий аудит проводиться як комплексна оцінка діяльності підприємства, а не тільки його маркетингового середовища. Рекомендується проводити комплексний аудит, оскільки має місце дезорієнтація керівництва відносно реальних проблем компанії.

Системність – аудит маркетингу представляє собою впорядковану систему, яка складається з кількох елементів, якими є діагностичні кроки, що охоплюють зовнішнє середовище маркетингу, внутрішню систему маркетингу та окремі його функції. Останнім етапом у проведенні маркетингового аудиту є аналіз результатів і розробка короткострокових і довгострокових пропозицій, щодо покращення ефективності маркетингової діяльності.

Слід зазначити, що в зарубіжній практиці науковці виділяють такий головний принцип маркетингового аудиту, як комплексна оцінка підприємства, що включає в себе [5]:

- оцінку процесу побудови системи маркетингу – це аналіз обраної системи маркетингу, цілей та мети підприємства;
- оцінку маркетингової інформації, яку використовує підприємство, – це оцінка первинної та вторинної інформації, що надається керівництву для прийняття рішень;
- оцінку прийнятих управлінських рішень на основі маркетингової інформації – оцінка доцільності, ефективності та точності прийнятих рішень;
- оцінку відповідних цим рішенням дій – оцінка всіх підлеглих підрозділів, які відповідають за виконання рішень, прийнятих керівництвом.

Під час дослідження було визначено, що найбільш змістовним є визначення маркетингового аудиту як форми контролю діяльності підприємства, проведення якого потребує систематичного та поетапного виконання. Розглянувши різні визначення та думки щодо тлумачення цього терміна, можна сказати, що маркетинговий аудит характеризується такими принципами, як всеосяжність, системність, комплексність і періодичність. Такий вид аудиту є досить ефективною формою контролю діяльності компанії, тому його проведення є доцільним, а в деяких випадках – навіть обов'язковим.

Науковий керівник – викладач Корчагіна Г. А.

Література: 1. Котлер Ф. Основи маркетингу [Електронний ресурс] / Ф. Котлер. – Режим доступу : http://www.bookz.com.ua/22/index.htm. **2.** Балабанова Л. В. Управління маркетинговим потенціалом підприємства : навч. посіб. / Л. В. Балабанова, Р. В. Мажинський. – Київ : Професіонал, 2006. – 288 с. **3.** Шкардун В. Д. Об'єкти маркетингового аудиту / В. Д. Шкардун // Маркетинг і маркетингові дослідження. – 2009. – № 1. **4.** Тюрін Д. В. Маркетинговий аудит як спосіб підвищення результативності маркетингу компанії / Д. В Тюрін. – М. : Менеджмент сьогодні, 2011. – 120 с. **5.** Багиев Г. Л. Маркетинг : учеб. для вузов / Г. Л. Багиев, В. М. Тарасович ; под общ. ред. Г. Л. Багиева. – М. : Экономика, 2005. – 703 с. **6.** Методи проведення маркетингового аудиту [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.megos.org.ua/marketynh.2.5.html. **7.** Корягіна С. В. Маркетинговий аудит : навч. посіб. / С. В. Корягіна, М. В. Корягін. – Київ : Центр учб. літ., 2014. – 320 с. **8.** Економічна енциклопедія [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://slovopedia.org.ua/38/53402/380726.html.

СУТНІСТЬ І ЗНАЧЕННЯ ДЕБІТОРСЬКОЇ ЗАБОРГОВАНОСТІ У ВІТЧИЗНЯНІЙ ПРАКТИЦІ З УРАХУВАННЯМ ЗАХІДНОГО ДОСВІДУ

УДК 657.212

Христенко А. М.

Студент 3 курсу
факультету обліку і аудиту ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Розглянуто сутність та підходи до визначення дебіторської заборгованості у вітчизняній та зарубіжній практиці. Визначено переваги та недоліки у визначенні поняття «дебіторська заборгованість» у наукових роботах різних вітчизняних і закордонних авторів, сформовано авторське бачення тлумачення цього поняття.*

Ключові слова: *дебіторська заборгованість, сутність, поняття, зобов'язання, борг.*

Аннотация. *Рассмотрены сущность и подходы к определению дебиторской задолженности в отечественной и зарубежной практике. Определены преимущества и недостатки в определении понятия «дебиторская задолженность» в научных работах разных отечественных и зарубежных авторов, сформировано авторское видение толкования данного понятия.*

Ключевые слова: *дебиторская задолженность, сущность, понятие, обязательства, долг.*

Annotation. *The article describes the the nature and approaches to the definition of receivables in domestic and foreign practice. The advantages and disadvantages in the definition of "receivables" in many different scientific works, domestic and foreign authors, formed the author's vision interpretation of the concept.*

Keywords: *accounts receivable, the essence, the concept, obligations, debt.*

Вступ. В умовах нестабільної економічної системи доволі часто виникають проблемні ситуації на підприємствах, а саме неспроможність стягнення боргу зі своїх контрагентів. На це впливає низька платоспроможність контрагентів, що призводить до зростання обсягів дебіторської заборгованості, а та, у свою чергу, – до погіршення фінансового стану підприємства, впливає на інвестиційну привабливість підприємств і в деяких випадках може стати відправним пунктом до банкрутства. Тому проблема ефективної організації обліку дебіторської заборгованості посідає головне місце. Основним етапом щодо осмислення теоретичної основи управління дебіторською заборгованості є дослідження поняття «дебіторська заборгованість», виявлення характеристик, особливостей і закономірностей для подальшого використання набутих знань у формуванні стратегії підприємства.

Метою роботи є розкриття сутності та поняття дебіторської заборгованості.

Сутність дебіторської заборгованості вивчали Крайник О., Момот Т., Лищенко О., Стародубцева Е., Райзберг Б., Стоун Д. та ін.

© Христенко А. М., 2015

Викладення основного матеріалу дослідження. Підґрунтям для визначення сутності поняття «дебіторська заборгованість» є розкриття сутності таких категорій: «дебітор», «розрахунки», «заборгованість» і «борг». Дебіторська заборгованість – це сума заборгованості дебіторів підприємству на визначену дату. Дебітори – це фізичні та юридичні особи, які внаслідок минулих подій заборгували підприємству певні грошові суми та їх еквіваленти [5].

Дебіторська заборгованість, як і інші активи підприємства, відображається в балансі тільки при дотриманні певних вимог, що пред'являються до активів, а саме:

- може бути достовірно визначена грошова оцінка дебіторської заборгованості;
- у майбутньому очікується одержання економічних вигод від неї, тобто одержання грошових коштів, товарів, активів або зменшення зобов'язань.

Такі науковці, як Смовженко Т. С., Загородній А. Г., Вознюк Г. Л., визначають заборгованість як суму фінансових зобов'язань чи грошового боргу, що підлягає погашенню. Майже спорідненим поняттям заборгованості є поняття несплаченого боргу. Доречно погодитись із думкою авторів [2–4] щодо виокремлення понять «зобов'язання» і «борг». Борг – це грошова сума, взята в позичку на певний термін і на певних умовах. Поняття боргу є вужчим, ніж поняття зобов'язання. А зобов'язання – це виконання певних дій або, навпаки, утримання від дій.

Можна зазначити, що Білик М. Д. також розрізняє поняття «зобов'язання» і «борг», але водночас визначає борг як зобов'язання особи перед іншою особою, але це не досить коректно.

Іншим ключовим поняттям, яке розкриває сутність дебіторської заборгованості, є «дебітор». Згідно з П(С)БО 10 «Дебіторська заборгованість» дебітори – це юридичні та фізичні особи, які внаслідок минулих подій заборгували підприємству певні суми грошових коштів, їх еквівалентів або інших активів.

Закордонні та вітчизняні вчені визначають термін «дебіторська заборгованість» по-різному. Тлумачення цього поняття різними науковцями зазначено в табл. 1. Так, accounts receivable (англ.) поряд із дебіторською заборгованістю має такі варіанти перекладу: рахунки до отримання, рахунки дебіторів, дебітор за розрахунками. Зокрема, як зазначають Д. Стоун та К. Хітчинг: дебіторська заборгованість ще має назву «рахунки до отримання», а дебітори – це особи, які повинні або винні гроші за товари або послуги, вже одержані, але не оплачені ними. Професори Гарвардського університету Зві Боді і Роберт К. Мертон визначають дебіторську заборгованість як «рахунки до отримання», зазначаючи, що це та сума, яку покупці продукції мають виплатити підприємству [1; 2].

Таблиця 1

Підходи до визначення сутності дебіторської заборгованості [1; 2; 4; 10]

Автор	Визначення
П(С)БО 10 «Дебіторська заборгованість»	Дебіторська заборгованість – це суми заборгованості дебіторів підприємству на певну дату
Крайник О., Клепікова З.	Дебіторська заборгованість – форма відстрочки платежу – відкритий кредит (неформальна або формальна угода, яка передбачає виконання послуг замовником або реалізації продукції покупцю з відстрочкою оплати за них. Такий кредит вважається безкоштовним та без чіткого визначення строку
Момот Т.	Дебіторська заборгованість – безвідсоткова позика контрагентам
Лищенко О.	Дебіторська заборгованість – це фінансовий актив, який є контрактним правом отримувати грошові кошти або цінні папери від іншого підприємства
Райзберг Б., Стародубцева Е.	Дебіторська заборгованість (англ. Accounts receivable (A / R)) – сума боргів, належних підприємству, фірмі, компанії з боку інших підприємств, фірм, компаній, а також громадян, які є їх боржниками, дебіторами
Стоун Д., Хітчинг К.	Дебіторська заборгованість – це сума боргів, які винні підприємству юридичні або фізичні особи та які виникли у результаті господарських взаємовідносин із ними
Голов С.	Дебіторська заборгованість – фінансовий актив, що є контрактним правом однієї сторони отримати гроші й узгоджується з відповідним зобов'язанням сплати іншої сторони

Західні економісти часто сприймають поняття «кредитна політика» та «політика управління дебіторською заборгованістю» як цілісну категорію. Так, наприклад, Дж. Ван Хорн взагалі розглядає дебіторську заборгованість як кількісний результат, що виникає під час реалізації кредитної політики підприємства, а Барт Едвардс у своїй книжці «Кредитний менеджмент» взагалі використовує поняття «дебіторська заборгованість» суто як термін обліку [2; 6].

Щодо сучасних вітчизняних учених, то Дубровська Є. В. визначає дебіторську заборгованість як неоплачені юридичними та фізичними особами товари (роботи, послуги) та / або вилучені кошти з кругообігу підприємства, що мають документальне підтвердження, яке надає право на отримання боргу у вигляді грошових коштів, їх

еквівалентів або інших активів. Деякі вчені розглядають дебіторську заборгованість як кошти, які вилучені у підприємства, або які на певний термін знаходяться в інших осіб. На думку автора, така дефініція не є коректною, оскільки вона потребує уточнення. Так, кошти, що вилучені у підприємства, не завжди перетворюються у дебіторську заборгованість. Крайник О. П., Клепнікова З. В. визначають дебіторську заборгованість як форму відкритого кредиту (табл. 1). Поняття «кредит» тісно пов'язане з поняттям дебіторської заборгованості, але ототожнювати їх не слід. Товарний (комерційний) кредит варто розглядати як передумову виникнення дебіторської заборгованості за товари, роботи та послуги.

На підставі проведеного дослідження визначення сутності поняття «дебіторської заборгованості» можна виділити найширше тлумачення терміна «дебіторська заборгованість», а саме як показника фінансового стану підприємства, який являє собою суму заборгованості на користь підприємства на певну дату за наданий комерційний та споживчий кредити покупцям, а також авансування постачальників, щодо яких у підприємства з'являється майнове право вимоги оплати боргу [8]. При цьому такі взаємовідносини мають документальне підтвердження.

Висновки. Результатом проведення цього дослідження є ґрунтовний аналіз сутності поняття «дебіторська заборгованість». Також виявлено, що науковці, даючи визначення поняття «дебіторська заборгованість», розглядають тільки один бік дослідження, що і є недоліком. Дебіторська заборгованість – показник фінансового стану підприємства, який являє собою суму заборгованості на користь підприємства на певну дату за наданий комерційний і споживчий кредити покупцям, а також авансування постачальників, щодо яких у підприємства з'являється майнове право вимоги оплати боргу.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Фартушняк О. В.

Література: 1. Білик М. Д. Управління дебіторською заборгованістю підприємств / М. Д. Білик // Фінанси України. – 2003. – № 12. – С. 24–36. **2.** Волостникова А. Ю. Проблемы учетно-аналитического обеспечения дебиторской и кредиторской задолженности предприятия : автореф. дис. … канд. экон. наук : 08.00.12 / Волостникова Анна Юрьевна. – М., 2009. – 22 с. **3.** Глінкіна Д. В. Регулювання розрахункових відносин через управління дебіторською заборгованістю / Д. В. Глінкіна // Вісник Східноєвропейського університету економіки і менеджмент. – 2007. – № 3 (70). – С. 80–87. **4.** Дубровська Є. В. Дослідження сутності поняття «Дебіторська заборгованість» / Є. В. Дубровська // Вісник Сумського державного університету. – 2009. – № 2. – С. 202–205. **5.** Курець В. С. Напрями вдосконалення системи фінансування закладів шкільної освіти в Україні / В. С. Курець // Збірник наукових праць Національного університету державної податкової служби України. – 2010. – № 1. – С. 187–192. **6.** Лищенко О. Г. Аналіз дебіторської заборгованості в системі управління підприємством / О. Г. Лищенко, Г. М. Бескота // Держава і регіони. – 2009. – № 1. – С. 114–117. **7.** Положення (стандарт) бухгалтерського обліку № 10 «Дебіторська заборгованість» [Електронний ресурс] : Наказ Міністерства фінансів України від 08.10.1999 № 237. – Режим доступу : http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/z0725-99. **8.** Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні [Електронний ресурс] : Закон України від 16.07.1999 № 996-XIV. – Режим доступу : http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/996-14. **9.** Косата І. А. Деякі проблеми обліку дебіторської заборгованості в Україні / І. А. Косата // Бізнес Інформ. – 2012. – № 12. – С. 242–245. **10.** Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 10 "Дебіторська заборгованість" (на 1.03.2012р.) [Електронний ресурс] : Наказ Міністерства фінансів від 08.10.1999 №237. – Режим доступу : http://www.buh24.com.ua/polozhennya-standart-buhgalterskogo-obliku-10-debitorska-zaborgovanist.

ПРОБЛЕМА ВЫБОРА МЕТОДА ОЦЕНКИ ВЫБЫТИЯ ЗАПАСОВ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ

УДК 657.421

Худокормова А. А.

Студент 3 курса
факультета учета и аудита ХНЭУ им. С. Кузнеца

Аннотация. *Рассмотрены особенности применения различных методов оценки выбытия запасов в современных условиях хозяйствования Украины; выявлены преимущества и недостатки каждого из методов оценки выбытия запасов, а также проведён критический анализ возникновения проблем при их выборе.*

Ключевые слова: *запасы, себестоимость, финансовый результат, прибыль.*

Анотація. *Розглянуто особливості застосування різних методів оцінки вибуття запасів у сучасних умовах господарювання України; виявлено переваги та недоліки кожного з методів оцінки вибуття запасів, а також проведено критичний аналіз виникнення проблем при їх виборі.*

Ключові слова: *запаси, собівартість, фінансовий результат, прибуток.*

Annotation. *In the article the peculiarities of the application of different assessment methods of disposal of stocks in the current economic conditions of Ukraine identified the advantages and disadvantages of each method of assessment of disposal of stocks, as well as critical analysis of problems in their selection.*

Keywords: *reserves, costs, financial result, profit.*

Производственные запасы являются составной частью активов предприятия. Они существенно влияют на финансовые результаты его хозяйственной деятельности, так как занимают значительную долю в структуре затрат предприятий большинства отраслей производства. Чрезвычайно важной проблемой при учёте материально производственных запасов является проблема их оценки при отпуске в производство и в иных случаях выбытия. Используя различные методы оценки, даются ответы на следующий комплекс вопросов: какова стоимость остатка запасов на складе на конец отчётного периода, какую стоимостную величину следует списать на незавершённое производство при отпуске запасов в производство либо на себестоимость продаж при продаже готовой продукции (товаров). Следует отметить, что решение указанных вопросов повлияет на определение величины прибыли от продаж и на стоимостную оценку активов предприятия.

Теоретическое и практическое решение проблемы выбора метода оценки выбытия запасов привлекало внимание таких учёных, как Голов С., Дружиловская Т., Ляшенко М., Попович В., Пушкарь М. и др. При этом следует отметить, что в научных работах недостаточно полно отражены современные проблемы выбора метода оценки выбытия запасов.

Целью данной статьи является критический анализ методов оценки выбытия запасов и выявление их преимуществ и недостатков.

Основополагающим нормативным документом, определяющим методологические основы формирования в учёте информации о запасах, является П(С)БУ 9 [1].

В п. 16 П(С)БУ 9 указано, что для оценки запасов при их выбытии используются следующие методы:

- идентифицированной себестоимости;
- средневзвешенной себестоимости;
- себестоимости первых по времени поступления запасов (ФИФО);
- нормативных затрат;
- цены продажи.

Для запасов, имеющих одинаковое назначение и одинаковые условия использования, предприятию нужно применять только один из вышеприведённых методов. Выбранный метод оценки выбытия запасов предприятию следует указать в распорядительном документе об учётной политике на предприятии [2].

Метод оценки запасов следует выбирать в зависимости от особенностей управления ими на предприятии. Для целей налогообложения тот или иной метод оценки материалов применяется для оптимизации налогообложения, в частности для уменьшения платежей по налогу на прибыль при условии выбора того метода, который предусматривает списание на уменьшение налоговой базы максимальных из числа возможных расходов [3].

Рассмотрим подробнее нюансы применения упомянутых методов оценки запасов.

© Худокормова А. А., 2015

В соответствии с п. 17 ПБУ 9 отпускаемые запасы и услуги, выполняемые для специальных заказов и проектов, а также запасы, не заменяющие друг друга, оцениваются по идентифицированной себестоимости. Этот метод целесообразно применять при значительной диверсификации запасов, когда каждая единица обладает специфическими, только ей присущими характеристиками.

По сравнению с другими методами оценки выбытия запасов метод идентифицированной себестоимости наиболее точен с арифметической точки зрения.

Недостатком этого метода является также то, что он оставляет фирмам, осуществляющим сделки с однородными товарами, простор для манипулирования прибылью.

В Украине он всегда был преобладающим и использовался практически во всех отраслях экономики. Обязательное условие для этого – возможность по каждой единице запасов установить именно ее цену (историческую себестоимость).

Метод средневзвешенной себестоимости может оцениваться двумя способами, а именно:

1) по ежемесячной средневзвешенной себестоимости запасов;

2) по периодической средневзвешенной себестоимости запасов.

Способ ежемесячной средневзвешенной себестоимости каждой единицы запасов предусматривает деление суммарной стоимости остатка запасов на начало отчетного месяца и стоимости запасов, полученных в отчетном месяце, на суммарное количество запасов на начало отчетного месяца и полученных в отчетном месяце запасов.

Определив таким образом стоимость (цену) единицы запасов, ее нужно применить при отражении выбытия всех запасов в течение отчетного месяца.

Во многих случаях на практике стоимость остатка запасов на конец месяца не будет совпадать при применении указанных двух видов расчетов.

Рассматриваемый метод наиболее полезен при достаточно большой номенклатуре списываемых запасов и при больших объёмах каждого наименования указанных запасов при условии достаточно незначительного колебания их цены в течение отчётного периода.

Как показывает практика, метод средневзвешенной себестоимости не без недостатков. В частности, это касается случаев, когда приходные документы поступают в бухгалтерию с опозданием, когда все расчёты по списанию уже завершены и результаты проведены по соответствующим регистрам [4].

В соответствии с п. 19 П(С)БУ 9 оценка запасов по себестоимости первых по времени поступления запасов (ФИФО) основывается на предположении, что запасы используются в той последовательности, в которой они поступали на предприятие.

Основным недостатком такого метода является влияние внешних экономических факторов на финансовые показатели отдельно взятого предприятия (табл. 1).

Таблица 1

Влияние внешних факторов на показатели финансовой отчетности при использовании метода FIFO [4]

Внешние факторы	Недостатки	Преимущества
Инфляция	Завышенный показатель валовой прибыли в отчете о финансовых результатах	1. Балансовая оценка запасов максимально близка к их реальной (текущей) стоимости 2. Результаты анализа финансового состояния выглядят привлекательными для инвесторов и кредиторов
Дефляция	Заниженный показатель валовой прибыли в отчете о финансовых результатах	Балансовая оценка запасов максимально близка к их реальной (текущей) стоимости

Метод ФИФО целесообразно использовать в учёте при производстве, переработке и реализации такой продукции, как овощи, фрукты, молочные продукты, другие продукты питания. Во избежание потерь от порчи ранее поступившие сырье, полуфабрикаты и товары подлежат переработке и реализации в первую очередь.

Еще одним методом выбытия запасов является метод нормативных расходов. Он используется преимущественно на производственных предприятиях с небольшой номенклатурой продукции. Нормативный метод успешно применяют на предприятиях легкой, пищевой и мебельной промышленности, а также в ресторанном хозяйстве [5, с. 78–91].

Особенность данного метода заключается в том, что для каждого вида выпускаемой на предприятии продукции разрабатывают и утверждают нормы использования определённых составляющих.

Оценка по нормативным расходам заключается в применении норм расходов на единицу продукции (работ, услуг), установленных предприятием с учётом нормальных уровней использования запасов, труда, производствен-

ных мощностей и действующих цен. Для обеспечения максимального приближения нормативных расходов к фактическим нормам расходов цены должны регулярно в нормативной базе проверяться и пересматриваться.

Принципы нормативного метода учета расходов, в том числе метода оценки выбытия запасов, заключаются в следующем:

– основой калькуляции фактической себестоимости отдельного вида продукции является калькуляция нормативной себестоимости этого вида продукции;

– при соблюдении этих норм фактическая себестоимость соответствует нормативной;

– при выявлении отклонений от норм фактическая себестоимость продукции определяется следующим образом. При перерасходе к нормативной себестоимости прибавляют, а при экономии – вычитают из нее выявленные отклонения от текущих норм, а также прибавляют или вычитают расходы, вызванные изменением этих норм в течение отчетного периода по каждой статье расходов;

– прямые расходы в пределах норм подлежат учету отдельно от расходов, составляющих отклонения от норм, что позволяет контролировать расходы при производстве продукции [6, с. 153–166].

Метод цены продажи заключается в применении среднего процента торговой наценки товаров. Его могут применять предприятия, имеющие значительную и постоянно меняющуюся номенклатуру товаров с примерно одинаковым уровнем торговой наценки.

На практике метод цены продажи применяется в основном предприятиями розничной торговли. Но если розничное предприятие имеет незначительную номенклатуру товаров, и на эти товары установлены различные уровни торговой наценки, то при определении себестоимости реализованных товаров в бухгалтерском учете можно использовать и другие методы выбытия товаров, а торговую наценку отражать только в оперативном учете как средство контроля за выбытием товаров.

Таким образом, можно сделать вывод, что перед выбором метода, который лучше всего применить при формировании учетной политики для списания запасов, необходимо сделать расчёт списания одних и тех же запасов разными методами с целью определения наиболее целесообразного для предприятия. Так как каждый из них имеет свои преимущества и недостатки, важно выбрать тот метод, который позволяет наиболее точно провести оценку с учетом интересов собственников предприятия и специфики производственной деятельности. В бухгалтерском учете очень важно не количество методов оценки запасов, а их положительное влияние при принятии решений относительно ценообразования на производимую продукцию и оценку финансовых результатов деятельности субъекта хозяйствования.

Неправильный выбор метода может привести к финансовому краху предприятия либо за счет «вымывания» оборотных средств в налоги и банкротству за счет постоянной покупки сырья по цене, превышающей стоимость готовой продукции, либо за счет увеличения цены до уровня, превышающего конкурентоспособность продукции и платежный спрос.

Научный руководитель – канд. экон. наук, доцент Фартушняк О. В.

Литература: 1. Положение (стандарт) бухгалтерского учета 9 "Запасы" [Электронный ресурс] : Приказ Министерства финансов Украины от 20.10.1999 № 246. – Режим доступа : http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf /link1/REG4044.html. **2.** Бухгалтерская фирма ЧП "Запад-сервис плюс" [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://www.vs.com.ua/index.php?pageid=3347. **3.** Применение различных методов оценки МПЗ при их выбытии [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://www.klerk.ru/buh/articles/170653. **4.** Дебет-Кредит : украинский финансово-бухгалтерский портал [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://dtkt.com.ua/show/1cid13071. html. **5.**Бухгалтерский учет и аудит : учебник / А. В. Зонова, С. В. Банк, И. Н. Бачуринская. – М. : Рид Групп, 2011. – 480 с. **6.** Бухгалтерский учет и анализ : учеб. пособие / Н. А. Лытнева, Е. А. Кыштымова, Н. В. Парушина. – Рн/Д : Феникс, 2011. – 604 с.

ПРОБЛЕМИ ТА ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ І РОЗВИТКУ БРЕНДИНГУ В УКРАЇНІ

УДК 657.127.4 (477)

Худокормова А. О.

Студент 3 курсу
факультету обліку і аудиту ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Розглянуто проблеми та особливості формування і розвитку в Україні брендингу в сучасних умовах господарювання; виявлено основні тенденції його розвитку; наведено особливості застосування концепції брендингу на вітчизняному ринку та приведено 10 найкращих українських брендів.*

Ключові слова: *брендинг, бренд, реклама, товар, ринок, споживач.*

Аннотация. *Рассмотрены проблемы и особенности формирования и развития в Украине брендинга в современных условиях хозяйствования; выявлены основные тенденции его развития, приведены особенности применения концепции брендинга на отечественном рынке и приведены 10 лучших украинских брендов.*

Ключевые слова: *брендинг, бренд, реклама, товар, рынок, потребитель.*

Annotation. *The article deals with the problems and peculiarities of formation and development in Ukraine branding in the current economic conditions, revealed the main trends of its development, the peculiarities of application of the concept of branding in the domestic market and listed the top 10 Ukrainian brands.*

Keywords: *branding, brand, advertising, product, market, consumer.*

Сучасний споживчий ринок стає все більш складним та насиченим конкуруючими товарними знаками, товарними марками та рекламними образами. Кожного року на ринку з'являється велика кількість нових товарів. У міру того, як економічна діяльність проходить етапи свого поступового розвитку та просування на світовий ринок, потреба у марочних товарах вітчизняного виробництва постійно зростає, що вимагає розширеного застосування брендів і значної активізації всієї роботи, пов'язаної з їх створенням, управлінням і рекламою.

Актуальність питань щодо розвитку брендингу для України полягає в тому, що наявність великої маси продукту призводить до зниження спроможності споживачів оцінювати реальну його якість. Зростання конкуренції на ринку є наслідком того, що ефективність виробника та його економічне благополуччя залежать не лише від якості продукції, але й від її презентабельності та ступеня довіри до неї споживачів. Тому витрати на брендинг в Україні нині визначаються як інвестиційні, тобто такі, від яких очікуються майбутні вигоди.

Теоретичні та методологічні аспекти цієї проблеми висвітлено у працях зарубіжних і вітчизняних вчених, таких як Р. Батра, Я. Еллвуд, І. Мельник, Т. Поліщук. При цьому слід зазначити, що в наукових роботах недостатньо повно відображені сучасні проблеми формування та розвитку брендингу в Україні.

Питання вивчення бреднів залишається досить актуальним, що підтверджується великою кількістю проведених досліджень і публікацій із цієї проблематики, проведених міжнародних конференцій. Частка дослідження поняття бренда в українській практиці невиправдано мала порівняно з практикою інших розвинутих країн [1, с. 45–57].

Метою цієї роботи є аналіз тенденцій розвитку брендингу в Україні, виявлення особливостей його формування та визначення перспектив подальшого розвитку.

Американська маркетингова асоціація дає таке визначення бренда. Бренд – ім'я, термін, знак, символ (їх комбінація), які ідентифікують товар чи послугу та відрізняють від інших. Але цей термін залишається маловживаним у буденному житті звичайного споживача.

Девід Огілві поняття бренд розглядав як невловиму сукупність властивостей товару: його найменування, упакування й ціни, його виникнення, репутації та способів просування, його реклами. Бренд також є сполученням вражень, які він спричиняє на споживача протягом свого існування [2].

Поява брендингу в Україні зумовлена виникненням великої кількості аналогічних товарів на ринку. На першому етапі брендобудівництва в Україні достатньо було навчитися робити якісний продукт, налагодити справну дистрибуцію й імідж національного бренда створювався майже без витрат на рекламу.

В Україні, як і в інших країнах світу, традиційно найбільше значення має брендинг на ринку аудіо-, відео- та побутової техніки, на автомобільному, парфумерному, тютюновому та алкогольному ринках. Тут бренд сприймається не лише як показник якості запропонованого продукту, а і як виразник соціального статусу власника товару під певним брендом та носій важливих для покупця іміджевих характеристик [3].

© Худокормова А. О., 2015

За час функціонування брендингу на українському ринку склалися такі тенденції його розвитку:

1. Останні роки українські компанії приділяють все більше уваги побудові сильного бренда, інвестуючи в цей процес більш значні суми та користуючись послугами спеціалізованих компаній у сфері брендобудівництва;

2. Брендинг поступово охоплює сегменти ринку: спочатку це був споживчий ринок, потім – сфера послуг (банки, страхові компанії). Передбачається також охоплення лізингових, інвестиційних, ритейлінгових компаній, а також корпоративного сегмента;

3. Компанії, що орієнтовані на побудову сильного бренда, постійно модифікують свою продукцію, орієнтуються на новітні розробки, інноваційні техніки і технології ведення бізнесу, вдосконалюють продукцію, поширюють асортимент тощо;

4. Здебільшого українські компанії керують не одним брендом, а пакетом брендів, що орієнтовані на різні цільові аудиторії, тобто сегменти ринку [4].

Основними проблемами розвитку брендингу залишається недостатня конкурентоспроможність вітчизняних брендів порівняно з закордонними (у сфері високих новітніх технологій, побутової техніки та ін.), нестача висококваліфікованих спеціалістів та фірм, які могли б підійти до процесу розробки назви бренда, його зображення, символіки, а потім і до стратегії просування та реклами з професійної точки зору.

Специфіка купівельної поведінки українців визначає особливості застосування концепції брендингу на вітчизняному ринку [5]. Опановуючи цю концепцію, необхідно враховувати, що:

1. У свідомості вітчизняного споживача поняття «бренд» включає три чинники: країна-виробник, привабливість упакування і товарна марка, тому назва марки повинна доповнюватися відомостями про країну-виробника;

2. Бренд в Україні, на відміну від Заходу, сприймається як символ «автентичності товару» (відсутність підозр у підробці марки);

3. Загальний рівень розпізнання брендів в українських споживачів невисокий, але він постійно зростає, тому Україна – країна, де можна досить швидко створити й популяризувати новий бренд;

4. Внаслідок стрімкого насичення вітчизняного ринку споживачі не встигають формувати лояльність до визначеної товарної марки у зв'язку з постійною появою нових товарів, раніше не відомих;

5. Необхідно враховувати національні традиції й особливості сприйняття рекламних звернень українськими споживачами і формувати їх таким чином, щоб вони стали більш приємними, ніж рекламні повідомлення зарубіжних конкурентів, розраховані на сприйняття населення, яке звикло до специфічної мови реклами, зокрема, для українських споживачів важлива «персоніфікованість» бренда, тобто використання відомих особистостей для його просування;

6. Для створення бренда в Україні необхідна потужна рекламна кампанія в засобах масової інформації й активне використання зовнішньої реклами.

Український брендинг поки що немає чіткої прямодії, натомість на цьому етапі розвитку більшість брендів прив'язані до особи свого власника. Основною загрозою розширеного бренда є те, що втрата позицій одного товару впливає на становище всього бренда. З огляду на таку кількість недоліків та загроз у використанні бренда, можна сказати, що доволі важко визначити технологію створення та управління брендами [6].

Завдання брендингу для українських компаній на сьогодні такі: агресивне зростання бренда з метою наближення до основних конкурентів; стійке зростання знання про бренд; розвиток існуючої платформи; поліпшення візуалізації бренда, використання креативних підходів у комунікації; розширення бази лояльних і регулярних споживачів.

Розробка успішних українських брендів тісно пов'язана з іміджем країни. Забезпечення позитивного міжнародного іміджу України є важливим засобом захисту та просування її національних інтересів, а також підвищення успішності країни в конкурентній боротьбі на міжнародних ринках збуту та інвестицій.

Використання бренда надає багато переваг як виробнику, так і споживачу. З боку виробника бренд допомагає підтримати запланований обсяг продаж та забезпечити підвищення прибутків за рахунок реалізації великого асортименту товарів. При розширенні бренда українські товаровиробники орієнтуються на швидке повернення інвестованих коштів, а також одержання очікуваних прибутків від просування бренда. А споживач, у свою чергу, задоволений користю від придбаного товару. Користуючись брендом, споживач не витрачає час на пошук нового товару та використовує цей час більш ефективно; для споживача бренд виступає гарантом якості; користування брендом дає споживачу бажаний статус.

Однак кожне явище має як позитивну, так і негативну сторону. Так, зайшовши до магазину, покупець розгублюється від великої різноманітності назв, логотипів, зображень різних торгових марок. У сфері товарів із коротким життєвим циклом сьогодні в Україні спостерігається порядком 15–20 брендів на 1 торгову позицію, коли в Європі в цей час спостерігається зменшення кількості брендів на аналогічних позиціях. Компанія вводить цим споживача у скрутне становище і внаслідок цього споживач обирає лише перевірений товар [6].

Проте, маючи багато плюсів і мінусів в Україні, функціонує значна кількість прогресивних брендів. Українська консалтингова компанія – MPP Consulting за результатами досліджень 2013 року виділила 100 національних брендів. Ми приводимо 10 найуспішніших. В оцінці брендів орієнтація ведеться на результати аналізу всіх галузей економіки України. Цей рейтинг показує основні національні бренди, які обирають споживачі, та середньострокові показники їх успішності. Створений рейтинг враховує всі основні особливості товарів, фінансових показників і рівня економічної доцільності ведення бізнесу в даному сегменті ринку для кожного бренда [7].

Вартість бренда включає в себе виключно вартість торгової марки (імені) без урахування виробничих потужностей, інфраструктури компанії, патентів, винаходів та інших матеріальних чи інтелектуальних цінностей.

Таблиця 1

Рейтинг найкращих українських брендів, 2013 р. [7]

№	Бренд	Галузь	Вартість (млн $)
1	Моршинська	Пивобезалкогольна галузь	411
2	Оболонь	Пивобезалкогольна галузь	384
3	Сандора	Пивобезалкогольна галузь	226
4	ПриватБанк	Банківські послуги	210
5	Київстар	Телекомунікації	203
6	Торчин	Продукти харчування	202
7	Roshen	Кондитерська промисловість	193
8	Nemiroff	Лікеро-горілчана галузь	191
9	Наша Ряба	Продукти харчування	189
10	Чернігівське	Пивобезалкогольна галузь	185

Отже, з огляду на постійне збільшення кількості різноманітних брендів, наведених в Україні, можна дійти висновку, що брендинг на українському ринку активно розвивається. Найактуальнішими завданнями для України на сучасному етапі щодо брендів є: збереження українських брендів, які успішно розвиваються; створення та розвиток нових брендів; формування глобального країнового бренда «Україна» з позитивним іміджем. Для цього необхідно виховувати власних спеціалістів із бренд-менеджменту та реклами, враховувати досвід міжнародних компаній, які досягли значних успіхів у цій сфері.

Науковий керівник – викладач Кузнецов О. В.

Література: 1. Рекламний менеджмент : учебник / Р. Батра, Дж. Майерс, Д. Аакер. – СПб. : ИД «Вільямс», 2009. – 780 с. **2.** Співтовариство менеджерів "Executive" [Електронний ресурс]. – Режим доступа : http://www.executive.ru/knowledgeannounceme nt/ s-1900/ **3.** Забарна Е. М. Позиціонування бренда як чинника інноватівності торговельної марки [Електронний ресурс] / Е. М. Забарна. – Режим доступу : http://www.confcontact.com/ 2007nov /zabarna.htm. **4.** Пустотін В. Брендинг в Україні: пройдені етапи і перспективи / В. Пустотін // Маркетинг і реклама. – 2008. – № 10. – С. 19–21. **5.** Поліщук Т. В. Перспективні напрямки розробки успішних брендів в Україні / Т. В. Поліщук // Актуальні проблеми економіки. – 2009. – № 7 (97). – С. 129–137. **6.** Пряникова Ю. Великі і примхливі / Ю. Пряникова // КомпаньйоН. – 28.11.2008. – № 46. – С. 42–46. **7.** УкрБренд-2013. 100 Національних брендів [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.mppconsulting.com.ua/ukrbrand/2009.html.

ОСОБЛИВОСТІ І ТЕНДЕНЦІЇ ФУНКЦІОНУВАННЯ БАНКІВСЬКОЇ СИСТЕМИ УКРАЇНИ

УДК 336.71

Худокормова А. О.

Студент 3 курсу
факультету обліку і аудиту ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Розглянуто особливості розвитку та функціонування банківської системи України в сучасних умовах; визначено основні принципи, які необхідні для інтеграції у глобальну банківську систему, та ключові причини кредитної стагнації; зазначено тенденції розвитку банківської системи.*

Ключові слова: *банківська система, банк, законодавство, валютний курс, капітал, ризик, держава.*

Аннотация. *Рассмотрены особенности развития и функционирования банковской системы Украины в современных условиях; названы основные принципы, которые необходимы для интеграции в глобальную банковскую систему, и ключевые причины кредитной стагнации; отмечены тенденции развития банковской системы.*

Ключевые слова: *банковская система, банк, законодательство, валютный курс, капитал, риск, государство.*

Annotation. *The article consists of the features of the development and functioning of the banking system of Ukraine in modern conditions, identefies the basic principles which are necessary for integration into the global banking system, and lists the crucial reasons of credit stagnation. Also a banking system tendencies of development are noted.*

Keywords: *the banking system, the bank, legislation, exchange rate, capital, risk, state.*

Банківська система є центральною складовою економічної системи. Саме вона оснащує економіку необхідним обсягом фінансових ресурсів, забезпечує вільний рух капіталу, узагальнює розрахунки суб'єктів господарювання, кредитування економіки, а також виконує ряд інших функцій і завдань.

Банки відіграють головну роль у формуванні оптимального середовища для залучення і вільного переливу капіталів, нагромадження коштів для структурної перебудови економіки, приватизації та розвитку підприємництва.

Дослідженнями проблем банківської системи займаються вітчизняні та зарубіжні вчені.

Істотний внесок у розвиток цієї проблеми вносять такі вчені: Б. П. Адамик, В. Р. Атанасов, Н. О. Біцкі, А. С. Гальчинський, В. М. Геєць, А. С. Гриценко, І. О. Гуцал, О. В. Дзюблюк, В. В. Козюк, А. С. Криклій, А. О. Мороз, М. І. Савлук, О. Л. Яременко та ін. При цьому слід зазначити, що в наукових роботах недостатньо повно відображені сучасні проблеми розвитку банківської системи України.

Метою цього дослідження є розгляд особливостей розвитку і функціонування банківської системи України.

Банківська система – сукупність різних видів національних банків і кредитних установ, що діють у рамках загального грошово-кредитного механізму. Банківська система включає центральний банк, мережу комерційних банків та інших кредитно-розрахункових центрів [1].

Основним її призначенням є регулювання кредитних і грошових потоків, сприяння економічному зростанню.

Фахівці вважають, що недостатнім для банківської системи України є брак достатньо кваліфікованих, порядних кадрів на рівні вищої управлінської та середньої менеджерської ланки, особливо у сфері управління ризиками. За оцінками експертів міжнародного рейтингового агентства Standard & Poor's, в понад 80 % банків СНД, і ця цифра цілком придатна до української банківської системи зокрема, система управління ризиками не відповідає міжнародним стандартам або взагалі відсутня [2, с. 13].

Особливо важливою для банківської системи України є проблема інтеграції у глобальну банківську систему через забезпечення світових принципів функціонування: самодостатність, надійність, прозорість тощо.

Макроекономічний аналіз основних показників економічного розвитку України порівняно з країнами Східної Європи та СНД показує, що основною вітчизняною відмінністю є надзвичайна дорожнеча і дефіцит грошей. Якщо порівняти динаміку ВВП України з іншими країнами, то можна дійти такого висновку, що на сьогодні ВВП України в два-три рази нижче за ВВП Росії і Казахстану [3].

Загальне падіння інвестиційної привабливості українського банківського ринку, а також зниження макроекономічних показників в Україні і в світі, погіршення прогнозів призвели до збереження тенденції виходу з україн-

© Худокормова А. О., 2015

ського ринку закордонних фінансових груп. Названі процеси відносяться до банків із західноєвропейськими інвестиціями, більшість із яких розвивали роздрібне кредитування, використовуючи ресурс, наданий материнськими структурами. Ті ж з них, які все ж таки продовжили розвивати бізнес в Україні, суттєво знизили рівень фінансової підтримки українських дочірніх компаній [4].

Також слід зазначити, що близько 70 % грошової маси України складають депозити, саме ставки по них і визначають вартість кредитних ресурсів, які, як правило, мінімум на 5 процентних пунктів перевищують депозитні. Депозитні ж ставки в Україні в національній валюті в два, а в іноземній – в чотири рази вище, ніж аналоги в Росії чи Азербайджані. Відмінність із розвиненими країнами сягає десятків разів [3].

Сьогодні в розвинених країнах світу процентна ставка за депозитами становить 2 %. Це сприяє тому, що уряд стримує інфляцію, а населення активно вкладає в економіку гроші замість того, щоб тримати їх на рахунках в банках. А в Україні ситуація зовсім інша: депозитні ставки одні з найвищих у світі, що призводить до немонетарній інфляції.

В Україні доходи перерозподіляються з реального сектора економіки на користь власників депозитів, які нічого не виробляють і не створюють ВВП, але отримують непомірно великі доходи на вкладені кошти.

Отже, при середній депозитній ставці 20 % і об'ємі депозитів на кінець 2014 у розмірі 560 млрд грн на оплату відсотків витрачається понад 112 млрд грн на рік. Ці 112 млрд грн вилучені з реального сектора економіки, а отже, з реінвестицій, модернізації та розширення виробництва. Це ті 8 %, на які собівартість української продукції вище, а отже, конкурентоспроможність на зовнішніх ринках нижче [3].

Фахівці вважають, що при депозитній ставці вище 20 % і кредитах під 30 % банківська система є гігантською пірамідою, яка може знищити не тільки банки, але і країну в цілому.

Також необхідно звернути увагу на основні причини нинішньої кредитної стагнації, розібравшись з якими, можна поліпшити функціонування банківської системи:

– високий рівень макроекономічної невизначеності в цілому і значні очікування девальвації гривні зокрема. Цей фактор негативно впливає як на пропозицію, так і на попит на кредитні ресурси.

– на темпи зростання кредитування негативно вплинуло посилення вимог до європейських банків. Внаслідок цього ряд банків (а отже, і їх дочірні структури в інших країнах, у тому числі в Україні) були змушені скорочувати активи (зважені на ризик), для того щоб досягти поставлених цілей;

– зниженню темпів зростання кредитування сприяла активна політика Мінфіну із залучення боргових ресурсів на внутрішньому ринку [5].

Для виходу з кризи і реалізації реформ в економіці фахівці рекомендують:

– удосконалити законодавство, що дозволить тримати депозитні та кредитні ставки на оптимальних рівнях;

– зробити такі кроки НБУ: встановити допустиму облікову ставку і перейти до таргетування інфляції, неінфляційної емісії та кредитування комерційних банків;

– реструктурувати наявні кредити з урахуванням нових процентних ставок, що дозволить позичальникам не збанкрутувати, а надалі обслуговувати кредити і таким чином уберегти банківську систему від повного розвалу;

– знайти кошти, виділити з бюджету або позичити на зовнішніх фінансових ринках для фінансування інфраструктурних проектів, що послужить каталізатором зростання економіки. За належної розробки та реалізації західні партнери на такі проекти гроші виділять [6].

У поточному році рівень надійності банківської системи буде визначатися нижченаведеними факторами:

– навіть з урахуванням проведеної банками роботи з проблемною заборгованістю залишається актуальним питання якості активів в умовах зниження макроекономічних показників і спаду промислового виробництва;

– незважаючи на відтік валютних коштів, викликаний відходом зарубіжних банків і скороченням надходжень в іноземній валюті на рахунки компаній-експортерів, темпи приросту валютних коштів населення і стабільне зростання їх частки в зобов'язаннях банків в умовах девальваційних очікувань підвищує схильність банківської системи до валютних ризиків;

– значна частка активів в іноземній валюті в разі ослаблення гривні несе в собі ризик зниження рівня капіталізації банків.

Таким чином, можна виділити такі тенденції, що очікують українську банківську систему в поточному році:

– продовжиться процес виходу з українського ринку банків із західноєвропейським капіталом, що спричинить за собою збільшення частки вітчизняного капіталу в системі;

– поступове зниження ставок за вкладами населення;

– відновлення кредитування буде відбуватися переважно в області короткострокового фінансування потреби юридичних осіб в оборотних коштах, а також у сфері споживчих та бланкових кредитів населенню;

– державні облігації внутрішньої позики збережуть позиції як високоліквідний інструмент інвестування коштів із низьким рівнем ризику, який також може бути використаний для регулювання ліквідності банку;

– посилення девальваційного навантаження на національну валюту буде стимулювати Національний банк до посилення валютного регулювання та контролю.

Науковий керівник – канд. екон. наук, старший викладач Литвиненко А. О.

Література: 1. Онлайн бібліотека економіста [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://library.if.ua /book/41/2815.html. **2.** Новини. Найважливішою проблемою для української банківської системи є нестача кадрів / Новини // Фондовий ринок. – 2012. – № 28. – С. 13. **3.** Банківська система України є гігантською пірамідою, яка може знищити країну [Електронний ресурс] / Дзеркало тижня. Країна // «ZN,UA». – Режим доступу : http://zn.ua /ECONOMICS/bankovskaya-sistema-ukrainy-yavlyaetsya-gigantskoy-piramidoy-kotoraya-mozhet-unichtozhit-stranu-168458_html. **4.** Банківська система України: стан і тенденції розвитку [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.business.ua/upload /analytics/ analitics%202013/Review_Banki_Y2012_rus.pdf. **5.** Prostobankir. com. ua : Путівник для банкірів [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.prostobankir.com.ua/mezhbankovskiy_biznes/stati/tendentsii_razvitiya_bankovskoy_sistemy_ukrainy_v_pervom_polugodii_i_perspektivy_na_buduschee. **6.** Ключове питання економічних реформ [Електронний ресурс] / Дзеркало тижня. Країна // «ZN,UA». – Режим доступу : http://gazeta.zn.ua/macrolevel/klyuchevoy-vopros-ekonomicheskih-reform-_html .

ОРГАНІЗАЦІЯ ОБЛІКУ ДЕБІТОРСЬКОЇ ЗАБОРГОВАНОСТІ НА ПІДПРИЄМСТВІ

УДК 657.12

Худокормова А. О.
Хижняк Р. В.

Студенти 3 курсу
факультету обліку і аудиту ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Досліджено теоретичні засади поняття «дебіторська заборгованість». Наведено класифікацію дебіторської заборгованості згідно з національними стандартами України. Обґрунтовано політику управління розрахунків із покупцями та шляхи її організації у сучасних умовах господарювання.*

Ключові слова: *дебіторська заборгованість, операційна діяльність, погашення, вексель, підприємство, резерв сумнівних боргів.*

Аннотация. *Исследованы теоретические основы понятия «дебиторская задолженность». Приведена классификация дебиторской задолженности согласно национальным стандартам Украины. Обоснована политика управления расчетов с покупателями и пути ее организации в современных условиях хозяйствования.*

Ключевые слова: *дебиторская задолженность, операционная деятельность, погашение, вексель, предприятие, резерв сомнительных долгов.*

Annotation. *The article explores the theoretical foundations of the concept "receivables". The classification of receivables according to national standards of Ukraine. Based policy management of settlements with customers and ways of its organization in the current economic conditions.*

Keywords: *accounts receivable, operations, redemption, bill of exchange, the enterprise, the provision for doubtful debts.*

Досліджуючи фінансовий стан підприємства, розуміють, що ефективне управління та наявність дебіторської заборгованості відіграє досить значну роль у наш час, тому це питання потребує подальшого дослідження.

© Худокормова А. О.,Хижняк Р. В., 2015

Такі науковці, як Самсонова С., Дерев'янко О., Білик М., Новікова Н., Матицина Н., Павленко О., Лагода Т. та інші вивчають питання обліку дебіторської заборгованості на підприємствах.

У сучасних умовах підприємство у процесі діяльності здійснює розрахунки з іншими фізичними особами або підприємствами та надає послуги, передає майно, виконує роботи тощо. Саме через це у нього виникає дебіторська заборгованість, що згідно із чинним законодавством становить суму заборгованості дебіторів поданому підприємству на конкретну дату.

Особами, що заборгували певному підприємству грошові кошти, їх еквіваленти та будь які інші активи, можуть бути як юридичні особи, так і фізичні. Дебіторська заборгованість вказується в балансі підприємства, тому цей сектор є дуже важливим. У балансі дебіторська заборгованість вказується за сумою, що відображає чисту реалізаційну вартість, за реальною сумою заборгованості, яку подане підприємство може мати [1].

Фінансовій стійкості підприємства завжди загрожує значне перевищення суми дебіторської заборгованості, тому потрібні додаткові джерела для залучення фінансування. Саме через це вивчення і оцінка дебіторської заборгованості завжди залишаються актуальними.

Метою написання цієї статті є критичне дослідження теоретичних аспектів обліку дебіторської заборгованості.

Саме Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 10 "Дебіторська заборгованість" вивчає методику та причини формування інформації у бухгалтерському обліку про дебіторську заборгованість. Також у П(С)БО 10 зазначено правила відображення дебіторської заборгованості у фінансовій звітності. Нормам П(С)БО 10 підлягають, окрім бюджетних установ, незалежно від форми власності будь-які організації, підприємства та юридичні особи [2].

Дебітори – це фізичні та юридичні особи, які заборгували підприємству внаслідок минулих подій певні суми грошових коштів, їх еквівалентів та інших активів.

У свою чергу, дебіторська заборгованість – це сума, що заборгували дебітори певному підприємству на конкретну дату.

Згідно з П(С)БО 10 дебіторську заборгованість розрізняють за терміном погашення:

Довгострокова – сума, що буде погашена через 12 місяців із дати балансу, вона не виникає у процесі нормального операційного циклу.

Поточна – сума, що буде погашена протягом 12 місяців із дати балансу, вона виникає у процесі нормального операційного циклу.

У звичайній операційній діяльності на підприємстві будь-яка дебіторська заборгованість може бути забезпечена векселем та може вважатися незабезпеченою в разі відсутності векселя. Саме щодо цієї незабезпеченої заборгованості розрізняють: безнадійну, тобто існує впевненість неповернення (минув строк позивної давності); сумнівну – існує невпевненість повернення суми боржником.

Також зазначимо, що дебіторська заборгованість залежно від виникнення може поділятися на:

- дебіторську заборгованість за товари, роботи, послуги;
- отримані векселі;
- дебіторську заборгованість за розрахунками;
- іншу поточну дебіторську заборгованість.

Саме коли підприємство реалізує товари у кредит (із відстроченням платежу), виникає дебіторська заборгованість за роботи, товари та послуги. У веденні бухгалтерського обліку використовують рахунок 36 «Розрахунки з покупцями та замовниками». Так, він має 3 субрахунки:

- 361 «Розрахунки з вітчизняними покупцями»;
- 362 «Розрахунки з іноземними покупцями»;
- 363 «Розрахунки з учасниками ПФГ».

Через те, що під час реалізації товарів у кредит у підприємства є ризик непогашення дебіторської заборгованості, створюється резерв сумнівних і безнадійних боргів. Для визначення чистої реалізаційної вартості необхідно від дебіторської заборгованості на дату балансу відняти величину резерву сумнівних боргів, яка визначається на підставі класифікації дебіторської заборгованості або виходячи з платоспроможності окремих дебіторів. Кожне підприємство має обрати свій метод розрахування резерву сумнівних боргів [3, с. 29].

Необхідно відзначити, що вплив на процеси зростання дебіторської заборгованості на підприємстві здійснюється політикою підприємства щодо розрахунків із покупцями. Це може бути неправильне встановлення строків і умов надання товарних кредитів, невраховані ризики, ненадання знижок при достроковій оплаті покупцями рахунків, що також призводить до різкого зростання дебіторської заборгованості.

Безперечно, несвоєчасне погашення дебіторської заборгованості викликає зростання заборгованості за комерційним кредитом, платіжну кризу, збільшення попиту на короткострокові позики, зростання їх вартості та скорочення їх пропозиції [4, с. 51].

Для сплати боргів організації повинні перетворювати високоліквідні активи у грошові кошти, у протилежному випадку їм загрожує банкрутство [5, с. 368].

Для того щоб на підприємстві було ефективне управління розмірами і термінами дебіторської заборгованості, повинна бути належна організація обліку дебіторської заборгованості. Певна річ, має бути посилений контроль за своєчасним здійсненням розрахунків.

Таким чином, враховуючи вищевикладене, можна зробити певні висновки. Досліджуючи фінансовий стан певного підприємства, обов'язково розглядають відображені показники дебіторської заборгованості. Згідно із законодавчим документом дебіторська заборгованість буває довгострокова та поточна, безнадійна та сумнівна. У веденні бухгалтерського обліку використовують рахунок 36 «Розрахунки з покупцями та замовниками». Через ризик непогашення дебіторської заборгованості створюється резерв сумнівних і безнадійних боргів.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Фартушняк О. В.

Література: 1. Про бухгалтерський облік та фінансову звітність [Електронний ресурс] : Закон України 6.07.1999 № 996-XIV. – Режим доступу : http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/996-14. **2.** Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 10 «Дебіторська заборгованість» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/z0725-99. **3.** Коблянська О. І. Методологічні аспекти обліку та аудиту дебіторської заборгованості / О. І. Коблянська // Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. – 2011. – № 77–78. – С. 28–34. **4.** Матицина Н. Дебіторська заборгованість: нові облікові підходи / Н. Матицина // Економіст. – 2010. – № 11. – С. 50–52. **5.** Мус Г. Бухгалтерський облік: основи – завдання – розв'язання / Г. Мус, Р. Ханшманн ; пер. з нім. С. Лобачової. – Київ : КНЕУ, 2011. – 368 с.

УЧЕТНЫЕ АСПЕКТЫ ЛИКВИДАЦИИ ОСНОВНЫХ СРЕДСТВ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ

УДК 657.421

Ценко Е. В.

Студент 3 курса
факультета учета и аудита ХНЭУ им. С. Кузнеца

Аннотация. *Рассмотрены особенности операций на предприятии, связанные с ликвидацией объектов основных средств на предприятии, а также возможные виды ликвидации объектов; приведена типичная корреспонденция счетов по ликвидации объектов основных средств, а также определены первичные документы, которые необходимо использовать при ликвидации объектов основных средств на отечественных предприятиях.*

Ключевые слова: *основные средства, ликвидация, П(С)БУ 7, износ, демонтаж, остаточная стоимость.*

Анотація. *Розглянуто особливості операцій на підприємстві, що пов'язані з ліквідацією об'єктів основних засобів на підприємстві, а також можливі види ліквідації об'єктів; наведено типову кореспонденцію рахунків із ліквідації об'єктів основних засобів, а також визначено первинні документи, які необхідно використовувати під час ліквідації об'єктів основних засобів на вітчизняних підприємствах.*

Ключові слова: *основні засоби, ліквідація, П(С)БО 7, знос, демонтаж, залишкова вартість.*

© Ценко Е. В., 2015

Annotation. *This article describes the features of the enterprise operations associated with the liquidation of fixed assets in the enterprise; Possible types of decommissioning is a typical correspondence of accounts on the Elimination of fixed assets, as well as defined primary documents to be used in the liquidation of fixed assets in domestic enterprises.*

Keywords: *fixed assets, liquidation, deterioration, dismantling, residual value.*

Выбытие основных средств на любом предприятии всегда является достаточно актуальной темой. В условиях перехода предприятия к рынку значительно возрастает роль бухгалтерского учета как важнейшего средства получения полной и достоверной информации об имуществе предприятия и его обязательствах, а также своевременного доведения этих сведений до пользователей. Перед предприятиями возникает проблема оптимальной организации учета различных объектов основных средств, процессов производства, а также их ликвидация.

Целью данной статьи является рассмотрение особенностей операций выбытия основных средств, а именно их ликвидация.

Вопросы о ликвидации основных средств рассматривались в работах таких авторов, как В. Г. Гетьман, М. А. Вахрушин, Т. С. Романовская, Т. В. Емельянова и некоторые другие.

В соответствии с П(С)БУ 7 причиной для выбытия объекта основных средств может быть продажа, бесплатная передача или несоответствие критериям признания его активом. Согласно П(С)БУ 7 объект основных средств признается активом, если предприятие получит в будущем экономические выгоды от его использования и стоимость его может быть достоверно определена. Если же от использования объекта основных средств предприятие не получит в будущем экономических выгод, то оно имеет право списать его с баланса. Такое же списание возможно при авариях, стихийных бедствиях, повреждениях и т.п. или же при моральном или физическом износе объекта. В таких случаях предприятию остается принять решение о ликвидации объекта основных средств, при условии, что продать данный объект или бесплатно его передать нельзя либо экономически нецелесообразно, и оформить соответствующий приказ [1].

При принятии решения о ликвидации объекта основных средств можно выделить 4 вида ликвидации: добровольная, вынужденная, ликвидация переоцененного основного средства и частичная ликвидация основных средств [2].

Ликвидация основных средств по решению предприятия или добровольная ликвидация происходит, как правило, из-за несоответствия данного объекта установленным критериям признания активом (физическое и моральное старение) или невозможности эксплуатации в будущем. В случае ликвидации основных средств по решению плательщика налога или по непредвиденным обстоятельствам (основные средства или их часть похищены, разрушены или подлежат ликвидации) предприятие вынужденно отказаться от их использования из-за угрозы или неизбежности замены данного объекта, разрушения или ликвидации. Согласно п. 146.16 Налогового кодекса Украины плательщик налога в отчетном периоде, в котором возникают данные обстоятельства, увеличивает затраты на сумму амортизируемой стоимости за вычетом сумм накопленной амортизации отдельного объекта основных средств [3].

При таких условиях износ объекта основных средств может быть полный и частичный. Поэтому на предприятии создается постоянно действующая комиссия, которая:

- осуществляет необходимый осмотр объекта, подлежащего списанию;
- определяет причины несоответствия объекта основных средств критериям актива;
- устанавливает виновных лиц, из-за которых состоялось преждевременное выбытие данного актива из эксплуатации, и вносит предложения относительно их ответственности;
- ищет возможности продажи или передачи объекта другим предприятиям, организациям и учреждениям, или использование отдельных деталей, материалов, которые возможно получить при демонтаже, разборке основных средств, устанавливает их количество и стоимость;
- составляет акты о списании объектов основных средств и подписывает их (типовая форма №03-3 «Акт списания основных средств» и №03-4 «Акт на списание автотранспортных средств») [4].

В случае ликвидации объекта основного средства его остаточная стоимость относится в состав расходов того отчетного периода, в котором предприятие получило право на списание этого объекта. Помимо этого, предприятию необходимо оприходовать детали и другие материалы, полученные при разборке (демонтаже) ликвидируемых объектов основных средств, с признанием прочего дохода и зачислением на счета учета материальных запасов.

Однако если ликвидационная стоимость объекта основных средств изначально была принята равной нулю, что говорит о том, что было принято решение амортизировать всю первоначальную стоимость основных средств, бухгалтерские проводки будут выглядеть так, как показано в табл. 1 [5].

Все затраты, понесенные в связи с ликвидацией основных средств, относятся по счету 976.

Таблица 1

Хозяйственные операции по ликвидации основных средств

Д-т	К-т	Содержание операции
13	10 (11,12)	Списываем начисленный износ, уменьшая при этом сумму первоначальной стоимости. Если износ составил 100 %, то следующую проводку, естественно, делать нет необходимости
976	10 (11,12)	Списываем расходы на оставшуюся сумму (если амортизация начислена не полностью)
20	746	Оприходованы материалы, полученные при ликвидации необоротных активов
976	631	Оказаны услуги подрядной организацией по ликвидации (разборке, демонтажу) объекта

Вынужденная ликвидация – это ликвидация, причинами которой стали непредвиденные события на предприятии, которые оно не в силах контролировать. Например, объект основных средств украден, испорчен или уничтожен физическими лицами или во время стихийного бедствия (наводнение, землетрясение, град и др.), или в результате аварии. Расходы на вынужденную ликвидацию основных средств (разборку, демонтаж и пр.) списывают на чрезвычайные расходы.

При ликвидации (как добровольной, так и вынужденной) ранее переоцененного объекта превышение суммы предыдущих дооценок над суммами предыдущих уценок его остаточной стоимости включают в состав нераспределенной прибыли и одновременно уменьшают дополнительный капитал.

Особенно часто на практике встречается частичная ликвидация объектов основных средств. Согласно п. 35 П(С)БУ 7 первоначальную (переоцененную) стоимость и износ объекта основных средств уменьшают на первоначальную (переоцененную) стоимость и износ ликвидированной части объекта [1].

Ликвидация основных средств проводится исключительно с документальным оформлением данного события. Следует отметить, что данная операция проводится на основе соответствующего первичного документа – акта на списание (о техническом состоянии), составленного комиссией, а также акта уничтожения (ликвидации) объекта.

При отсутствии данных документов, в случае налоговой проверки, такая ликвидация будет классифицироваться как поставка по обычным ценам, а с такой операции взимается НДС [3].

Первичным документом при оформлении списания основных средств является Акт на списание основных средств (форма №ОЗ-3), его типовая форма утверждена приказом Минстата Украины от 29.12.95 № 352. Данный документ составляется в двух экземплярах комиссией, назначенной руководителем предприятия или организации, утверждается руководителем предприятия (организации) или уполномоченным лицом. Один экземпляр передается в бухгалтерию, а другой остается у ответственного за хранение основных средств лица и является основанием для сдачи на склад запчастей, оставшихся после списания, материалов, металлолома и т. п. [6].

Если причиной ликвидации основного средства является авария или стихийное бедствие, то к акту на списание приобщают копию акта о чрезвычайном событии (аварии или стихийном бедствии). В нем указывают причины и последствия данных событий. Если же причиной списания является хищение объекта основных средств, то к акту на списание следует приложить заявление в правоохранительные органы с решением о возбуждении уголовного дела о краже.

Расходы от списания, а также стоимость материальных ценностей, поступивших от износа и разборки зданий, сооружений, демонтажа оборудования и т. п., отражаются в акте в разделе «Расчет результатов списания объектов». В этом документе фазы списание-ликвидация совмещены. Но следует отметить, что данные операции (списание – признание объекта основных средств непригодным для использования и ликвидация – разборка, уничтожение) могут быть осуществлены в разный период времени. Поэтому целесообразно в первую очередь оформить списание объекта, а после отдельным документом зафиксировать оприходование на баланс материалов, запасных частей и т.д.

Согласно ст. 8 Закона Украины «О бухгалтерском учете и финансовой отчетности в Украине» предприятие вправе самостоятельно выбирать форму ведения бухгалтерского учета и правила документооборота, то есть можно использовать и собственные формы документов [7].

Таким образом, можно отметить тот факт, что необходимо уметь не только правильно зачислять на баланс и использовать основные средства, но и знать, как правильно поступать при принятии решения о необходимости их ликвидации. Особенно важную роль для предприятия играет документация, используемая при ликвидации данных объектов. С данной проблемой предприятия сталкивались всегда, что свидетельствует о необходимости четкого соблюдения правил выбытия основных средств.

Научный руководитель – канд. экон. наук, доцент Фартушняк О. В.

Литература: 1. Положение (стандарт) бухгалтерского учета 7 «Основные средства» [Электронный ресурс] : Приказ Министерства финансов Украины от 27.04.2000 № 92. – Режим доступа : http://www.nibu.factor.ua/info/instrbuh/psbu7/. **2.** Волков Н. Г. Практическое пособие по бухгалтерскому учету / Н. Г. Волков. – М. : Бухгалтерский учет, 2010. – 368 с. **3.** Податковий кодекс України [Электронный ресурс] : Закон України від 02.12.2010 № 2755-VI. – Режим доступа : http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/2755-17. **4.** Методических рекомендаций по бухгалтерскому учету основных средств [Электронный ресурс] : Приказ Министерства финансов Украины от 30.09.03 № 561. – Режим доступа : http://dtkt.com.ua/show/2cid19949.html. **5.** План счетов бухгалтерского учета активов, капитала, обязательств и хозяйственных операций [Электронный ресурс] : Приказ Министерства финансов Украины от 30.11.99 № 291. –– Режим доступа : http://www.nibu.factor.ua/info/instrbuh/plan_sch/. **6.** Лытнева Н. А. Бухгалтерский учет : учебник / Н. А. Лытнева, Л. И. Малявкина, Т. В. Федорова. – М. : Инфа, 2011. – 497 с. **7.** Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні финансовой отчетности в Украине [Электронный ресурс] : Закон України від 16.07.1999 № 996-XIV. – Режим доступа : http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/996-14/.

ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ КАК ЭЛЕМЕНТ РЫНОЧНОЙ ЭКОНОМИКИ

УДК 338.51

Ценко Е. В.

Студент 3 курса
факультета учета и аудита ХНЭУ им. С. Кузнеца

Аннотация. *Раскрыта сущность цены и ценообразования, их функции; рассмотрены подходы к рыночному ценообразованию; уделено внимание тому, как разрабатывается и что представляет собой ценовая политика в качестве основного элемента комплекса маркетинга; рассмотрены этапы ценообразования и факторы, влияющие на процесс ценообразования.*

Ключевые слова: *цена, ценообразование, ценовая политика, маркетинговая политика, рыночная цена, покупатели, товародвижение.*

Анотація. *Розкрито сутність ціни та ціноутворення, їх функції; розглянуто підходи до ринкового ціноутворення; приділено увагу тому, як розробляється і що являє собою цінова політика як основний елемент комплексу маркетингу; розглянуто етапи ціноутворення та фактори, що впливають на процес ціноутворення.*

Ключові слова: *ціна, ціноутворення, цінова політика, маркетингова політика, ринкова ціна, покупці, рух товару.*

Annotation. *This article reveals the essence of prices and pricing and their functions, the approaches to market-based pricing; considered as designed and that is, the pricing policy as the main element of the marketing mix; as well as the stages of pricing and the factors that affect the pricing process.*

Keywords: *price, pricing, pricing policy, marketing strategy, market price, buyers, merchandising.*

Важной структурной составляющей маркетинга является планирование и управление ценами продуктов предприятия. Перед всеми фирмами, организациями встает задача назначения цены на свои товары или услуги. Цена была и остается важнейшим критерием принятия потребительских решений. Для того чтобы продать свой товар или услугу на рынке, производитель должен устанавливать на них цены, которые были бы приемлемы для покупателей, иначе их невозможно будет удачно продать на рынке.

Актуальность данной темы заключается в том, что цены находятся во взаимосвязи с маркетингом, они определяют рентабельность фирмы, ее жизнеспособность и финансовую стабильность. От них во многом зависит достижение коммерческих результатов.

© Ценко Е. В., 2015

На протяжении длительного периода времени экономистов интересовала данная проблема. Так, в своих работах тему цены и ценообразования рассматривали Ф. Котлер, К. Макконелл, С. Брю, Н. Менкьюи другие западные и отечественные экономисты.

Цена в равной степени учитывает интересы как производителей, так и потребителей. Каждый производитель самостоятельно устанавливает цену за свой товар. Так, существует два подхода к рыночному ценообразованию: установление индивидуальных или единых цен. Установление индивидуальных цен основывается в результате переговоров между покупателем и продавцом на основе согласования интересов сторон. Установление единых цен – все покупатели приобретают товар по одной установленной цене. Такой подход обычно связан с особенностями рынка конкретного товара. Единые цены важны в том случае, если производитель предлагает рынку стандартизированный продукт серийного производства. В этом случае необходимо, чтобы потребитель знал цену и сравнивал ее с ценой конкурентов, после чего принимал решение о покупке [1].

Цена и ценообразование являются центральными элементами рыночной экономики. Цены обслуживают весь оборот по приобретению и реализации товаров. В общем виде цена – это сумма денег, которую покупатель платит за приобретаемый товар или услугу. В условиях рыночной экономики цена является характеристикой товара на рынке, в ней сосредоточены основные понятия рыночной экономики: потребность, запросы, спрос, предложение и т.д. [2].

Выделяют 5 основных функций цены:

1. Учетно-измерительная – цена является денежным выражением стоимости и реализуются посредством измерения затрат общественного труда, позволяет выявить количество затраченного труда, сырья, материалов, комплектующих изделий на производство и реализацию товаров.

2. Перераспределительная – предполагает распределения и перераспределения национального дохода через акцизы, НДС и др. между: отраслями; видами товаров; регионами; населением. Таким образом, цена на один товар формируются ниже стоимости, а на другой – выше стоимости.

3. Стимулирующая – цены способствуют или препятствуют росту выпуска и потребления разных товаров, стимулирование осуществляется путем варьирования уровнем прибыли в цене, надбавками, скидками и т.п.

4. Балансирующая – осуществляет связь производства и потребления, спроса и предложения; выступает основным фактором регулирования предложения товаров.

5. Функция размещения производства, которая действует вместе с перераспределительной, способствует перетоку капиталов в сферы хозяйства, которые имеют повышенный спрос на конкретные товары, ей характерна высокая норма прибыли [3].

Одной из составляющих комплекса маркетинга, которая включает установление фирмой цен на товары и способов их выравнивания в зависимости от ситуации на рынке с целью овладеть определенной долей рынка, обеспечить намеченный объем прибыли, а также подавления деятельности конкурентов и выполнения других стратегических целей, является ценовая политика [4].

Ценовая политика как одна из основных составляющих комплекса маркетинга разрабатывается с учетом целей компании, внешних и внутренних факторов, которые влияют на ценообразование, характера спроса (а именно степени эластичности по ценам), издержек производства, распределения и реализации, ценности товара. Ценовая политика представляет собой общие цели фирмы, которые она пытается достичь, формируя цены на свою продукцию. В процессе установления цены фирма принимает решение о целях, которых она хочет достигнуть, используя данный товар.

Разработка ценовой политики, прежде всего, предполагает установление исходной цены на товар, а также своевременную корректировку цен с целью приведения их в соответствие с изменяющимися рыночными условиями, возможностями компании, ее стратегическими целями и задачами, действиями конкурентов.

На ценовую политику компании влияет ряд внешних и внутренних факторов.

Основными внешними факторами являются: действия правительства, участников сбытовых каналов, реакция потребителей, политика конкурентов. Правительство, например, может устанавливать штрафы или другие виды наказаний за фиксирование цен, за обман в ценовой рекламе и пр.

Среди внутренних факторов преобладают издержки. При повышении издержек в ценовой политике могут помочь другие составляющие комплекса маркетинга: сужение ассортимента за счет прибыльных товаров, модернизации товаров, сокращение степени дифференциации [5].

Цена активно используется при выработке маркетинговой политики. Так, если изменение продуктовой политики, планирование и реализация деятельности по продвижению продуктов, создание новых каналов товародвижения требуют длительного времени, то от изменения внешних и внутренних возможностей и условий цены могут изменяться очень быстро.

Цена оказывает большое влияние в маркетинге и потому, как она прямо влияет на прибыль. Кроме прибыли она влияет на объем реализации, на показатель рыночной доли, на конечные финансовые результаты: окупаемость инвестиций и др.

Процесс ценообразования складывается из таких последовательных этапов:

1. Выявление факторов внешней среды, влияющих на уровень цены.
2. Постановка целей ценообразования.
3. Выбор метода ценообразования.
4. Формирование ценовой стратегии предприятия.
5. Разработка тактики ценообразования.
6. Установление первоначальной цены на товар.
7. Рыночная корректировка цены.
8. Страхование цены от неблагоприятных внешних воздействий.

Следует отметить, что любой из перечисленных этапов может оказать наиболее значимое влияние на уже установленные цены и может скорректировать их [6].

По отношению к предприятию можно выделить ряд факторов, влияющих на процесс ценообразования.

Обозначим факторы внешней среды, которые влияют на процесс ценообразования на предприятии.

Покупатели. Они оказывают существенное влияние на деятельность предприятий. Предприятие должно иметь определенные знания об особенностях их поведения на рынке, чтобы правильно отреагировать на их поведение. В соответствии с теорией предельной полезности и потребительского выбора покупатель выберет тот товар, который соответствует его личным предпочтениям в сочетании с его финансовыми возможностями.

Рыночная среда. Она формируется под влиянием большого количества экономических, политических и культурных факторов. Выделяют четыре основные модели рынка:

- чистая конкуренция;
- монополистическая конкуренция;
- олигополия;
- чистая монополия.

Главной отличительной чертой этих рынков является степень влияния предприятия на установление рыночной цены. Так, в условии монополии устанавливается максимальное влияние, минимальное – в условиях рынка совершенной конкуренции.

Контроль цены на рынке возможен одной отдельной фирмой, группой фирм, со стороны государства или рынка. Государство воздействует на процесс ценообразования, используя прейскуранты цен, фиксируя монопольные цены, замораживая цены, а также государство может воздействовать посредством введения запрета на демпинг, запрета на недобросовестную ценовую рекламу, запрета на вертикальное и горизонтальное фиксирование цен.

Товародвижение. Товародвижением называют процесс, который обеспечивает доставку товаров до потребителя. Существует три основных вида каналов товародвижения:

1) прямой (товары и услуги доставляются прямо конечному потребителю);
2) косвенный (товары и услуги доставляются конечному потребителю через посредников);
3) смешанный (объединяются особенности первых двух видов каналов).

С точки зрения ценообразования интерес оказывает влияние участников каналов товародвижения на возрастание цены. То есть, чем большее количество посредников доставляет товар до конечного потребителя, тем выше будет розничная цена по сравнению с отпускной. Как следствие, это приведёт к тому, что спрос на товары и услуги, который стимулирует снижение цен и способствует оптимизации каналов товародвижения, станет ограниченным.

Ориентация цены на достижение максимальной прибыли имеет место в случаях, когда фирма рассчитывает на покупателей, приобретающих товар из расчета его качества, уникальности и престижа, в этом случае размер цены имеет второстепенное значение. Такая ценовая политика может принести успех при условии, что продукт защищен патентами и существует контроль над поставщиками сырья. Стратегия ценообразования, основанная на сохранении стабильного положения предприятия на рынке, берет за цель тот факт, что следует избегать резких спадов уровня доходности и прибыльности, а также сократить до минимума вмешательство в её деятельность конкурентов, правительства, прочих маркетинговых агентов.

Политика ценообразования является одной из ключевых в коммерческой деятельности предприятия, так как цена является тем фактором, который воздействует на размеры доходов и расходов предприятия и, как следствие,

определяет его финансовое благополучие. Данный фактор обусловлен рыночной ситуацией, потому требует систематического мониторинга и анализа, как со стороны государства, так и со стороны ученых-экономистов, а также маркетологов-практиков.

Научный руководитель – преподаватель Кузнецов О. В.

Литература: 1. Шуляк П. Н. Ценообразование : учеб.-метод. пособие / П. Н. Шуляк. – М. : ИТК "Дашков и К", 2005. – 192 с. **2.** Голубков Е. П. Проектирование элементов комплекса маркетинга / Е. П. Голубков // Маркетинг в России и за рубежом. – 2001. – № 6. – С. 14. **3.** Котлер Ф. Основы маркетинга / Ф. Котлер. – М. : Прогресс, 2004. – 652 с. **4.** Крылова Г. Д. Маркетинг. Теория и практика : учеб. для вузов / Г. Д. Крылова, М. И. Соколова. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2004. – 655 с. **5.** Липсиц И. В. Коммерческое ценообразование : учебник / И. В. Липсиц. – М. : БЕК, 2001. – 376 с. **6.** Порошина Н. Новые аспекты ценообразования / Н. Порошина // Маркетинг. – 2003. – № 6. – С. 50–55.

МАТЕРИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ РАБОТНИКОВ В ТОРГОВЛЕ

УДК 349.233

Ценко Е. В.
Ткаченко Ю. А.

Студенты 3 курса
факультета учета и аудита ХНЭУ им. С. Кузнеца

Аннотация. *Рассмотрено значение материальной ответственности как вида юридической ответственности, выявлена сущность и виды данной ответственности для работников, занятых в сфере торговли; определены причины наступления материальной ответственности, а также возможные способы возмещения убытков.*

Ключевые слова: *материальная ответственность, возмещение убытков, понесение ущерба, КЗоТ Украины.*

Анотація. *Розглянуто значення матеріальної відповідальності як виду юридичної відповідальності, виявлено сутність і види цієї відповідальності для працівників, зайнятих у сфері торгівлі; визначено причини настання матеріальної відповідальності, а також можливі способи відшкодування збитків.*

Ключові слова: *матеріальна відповідальність, відшкодування збитків, понесення збитку, КЗпП України.*

Annotation. *The article discusses the importance of financial responsibility as a form of legal liability, and reveals the essence of this kind of responsibility for the employees engaged in trade; identified the causes of the financial liability, and as a result, the possible ways of compensation for damages.*

Keywords: *liability, damages, damage suffered, Labor Code of Ukraine.*

Для магазинов потеря товара от порчи, краж, нарушения условий хранения и других причин является проблемой, которую работникам ежедневно приходится решать.

На предприятиях торговли любой работник (продавец, товаровед, охранник, контролёр, уборщица, складской работник и др.) несет материальную ответственность в процессе своей деятельности. Данная тема является актуальной, потому как возрастает потребность защиты имущества работодателя.

Цель статьи заключается в рассмотрении вопросов, связанных с материальной ответственностью работников в торговле, а также в определении условий её наступления, а также порядка возмещения причиненного ущерба.

© Ценко Е. В., Ткаченко Ю. А., 2015

Вопросы, касающиеся материальной ответственности работников, рассматривались юристами, специализирующимися в сфере трудового права, а именно такими учеными, как Б. Т. Базылев, Е. С. Белинский, С. С. Каринский, Е. А. Кленов, В. Г. Малов, Ю. Н. Полетаев, А. В. Сарпалюс, С. А. Свиридов, П. Р. Стависский, И. А. Тищенков, Н. М. Фесенко, А. М. Хвостов, Б. А. Шеломов, А. М. Шлемин. В работах этих и некоторых других ученых высказано много интересных идей по данной теме.

Материальная ответственность работников является одним из видов юридической ответственности. Она выражена в обязательстве работника возместить полностью или частично материальный ущерб, нанесенный им.

Правовой основой для применения материальной ответственности являются нормы Кодекса законов о труде Украины.

Данный вид ответственности возлагается на работника, который находится в трудовых отношениях с предприятием, учреждением, организацией. К материальной ответственности могут привлекаться не только материально-ответственные лица. В соответствии с КЗоТ Украины к этому виду ответственности могут привлекаться все работники, начиная от государственных служащих и должностных лиц и заканчивая неквалифицированными работниками [1].

Характерной чертой для материальной ответственности с правовой стороны является то, что она не является наказанием, а выполняет воспитательную роль. Также материальная ответственность в некоторых случаях не исключает возможности привлечения работника к дисциплинарной, административной или уголовной ответственности.

Основной причиной для привлечения к материальной ответственности является наличие прямого действительного ущерба. Под прямым действительным ущербом понимают недостачу, утрату, уничтожение, повреждение, порчу материальных ценностей, невозможность их взыскать, а также невзысканные с должника убытки, если возможность её взыскать утрачена. Невыполнение или неправильное выполнение своих обязанностей работником, а также их нарушение может быть по ряду различных на то причин, в результате чего законодательством была установлена материальная ответственность [2]. Сегодня выделяют такие виды ответственности:

1) ограниченная;
2) полная;
3) коллективная;
4) повышенная [1].

В соответствии со ст. 133 КЗоТ Украины ограниченную материальную ответственность работники несут в размере причиненного ущерба в пределах среднемесячного заработка за нанесенный ущерб или порчу по небрежности материалов или продукции, а также инструментов, приборов или выданной спецодежды. К такому виду материальной ответственности могут привлечь работника с любой формой трудового договора: бессрочным, заключенным на определенный срок, таким, что заключается на время выполнения определенной работы [1].

Ссылаясь на ст. 135 КЗоТ, полную материальную ответственность несут работники, которые заключили письменный договор с работодателем о полной материальной ответственности за необеспечение сохранности имущества и других ценностей, за которые они несли ответственность. Следует отметить, что такой договор может быть заключен с работником, который достиг 18 лет, а также с лицами, ответственными за хранение, продажу или перевозку ценностей [1].

Коллективная, или, как ее ещё называют, бригадная, материальная ответственность наступает в результате выполнения работниками совместных работ в сфере торговли, которые связаны с хранением, отпуском или перевозкой ими ценностей, или же в том случае, когда нельзя разделить ответственность между работниками и заключить отдельно с каждым договор о полной материальной ответственности [3].

Повышенная материальная ответственность направлена на сохранность таких видов ценностей, как: драгоценные металлы, камни и валютные ценности. Этот вид ответственности несут работники, связанные с закупкой, продажей, учетом, перевозкой и другими операциями с драгоценными металлами и камнями, ювелирными изделиями, а также валютные операции [4].

Для отражения в учете операций, связанных с возмещением ущерба, в Плане счетов предусмотрен субсчет 375 «Расчеты за возмещение нанесенных убытков». По дебету счета отражается задолженность работников в размере ущерба, нанесенного предприятию. Поэтому сумма ущерба считается доходом от прочей операционной деятельности и отражается по кредиту субсчета 716 «Возмещение ранее списанных активов».

Погашение задолженности по возмещению ущерба отражается как: Дт 30, 31, 20 и Кт 375. Если же такая задолженность погашается путем удержания из заработной платы, то отображаем проводкой Дт 66 Кт 375.

Если было принято решение о понесении материальной ответственности, то размер ущерба определятся в соответствии с данными бухгалтерского учета. При потере, повреждении или порче материальных ценностей ущерб определяется по балансовой стоимости ценностей. Непосредственно виновное лицо имеет право добровольно оплатить сумму ущерба полностью или частично. Ущерб может быть возмещён и в приказном порядке.

Если размер ущерба не превышает среднемесячной зарплаты работника, то руководитель не позднее чем через 2 недели с момента выявления порчи (недостачи) издает приказ об удержании суммы ущерба из зарплаты, при этом размер удержания не должен превышать 20 % суммы, причитающейся работнику к выплате (за вычетом налогов и сборов), а в некоторых случаях может достигать 50 %, если вред нанесен третьим лицам в результате преступления. Также работник может самостоятельно исправить поврежденное имущество или передать равноценное взамен в том случае, если собственник не против таких действий [5].

Но в случае, если работник не согласен с размером возмещения убытка, его случай может рассматриваться комиссией по трудовым спорам или в судебном порядке.

Научный руководитель – канд. экон. наук, доцент Пасенко Н. С.

Литература: 1. Кодекс законів про працю України [Электронный ресурс] : Закон України від 26.04.2015 № 289-VIII). – Режим доступа : http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/KD0001.html. **2.** Молдован В. В. Правоведение : учеб. пособие / В. В. Молдован, Л. И. Чулинда. – Киев : Центр учеб. лит., 2010. – 184 с. **3.** Об утверждении Перечня работ, при выполнении которых может вводиться коллективная (бригадная) материальная ответственность, условия ее применения и Типового договора о коллективной (бригадной) материальной ответственности [Электронный ресурс] : Приказ Министерства труда Украины от 12.05.1996 № 43. – Режим доступа : http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/z0286-96. **4.** Об определении размера убытков, причиненных предприятию, учреждению, организации хищением, уничтожением (порчей), недостачей или потерей драгоценных металлов, драгоценных камней и валютных ценностей» [Электронный ресурс] : Закон Украины от 06.06.1995 № 217/95-ВР. – Режим доступа : http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/Z950217.html. **5.** О судебной практике по делам о возмещении вреда, причиненного предприятиям, учреждениям, организациям их работниками [Электронный ресурс] : Постановление Пленума Верховного суда Украины от 29.12.1992 № 14. – Режим доступа : http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/VS92006.html.

ФИНАНСОВЫЙ РЕЗУЛЬТАТ И ЕГО ЗНАЧЕНИЕ ДЛЯ ПРЕДПРИЯТИЯ

УДК 336.564

Ценцовская И. Е.
Горобец Е. М.

Студенты 3 курса
факультета учета и аудита ХНЭУ им. С. Кузнеца

Аннотация. *Проведено исследование понятия «финансовый результат», рассмотрены особенности его отражения в системе бухгалтерского учета хозяйствующих субъектов. Определены основные недостатки и направления совершенствования условий признания финансового результата в Украине, а также процесс его формирования согласно национальным и международным стандартам..*

Ключевые слова: *прибыль, финансовые результаты, доход, расход, эффективность производства, рентабельность.*

Анотація. *Проведено дослідження поняття «фінансовий результат», розглянуті особливості його відображення в системі бухгалтерського обліку господарюючих суб'єктів. Визначено основні недоліки та напрями вдосконалення умов визнання фінансового результату в Україні, а також процес його формування згідно з національними та міжнародними стандартами.*

Ключові слова: *прибуток, фінансові результати, доходи, витрати, ефективність виробництва, рентабельність.*

© Ценцовская И. Е., Горобец Е. М.., 2015

Annotation. *A study of the concept of "financial result", the features of his reflection in the accounting system of economic entities. The main weaknesses and ways of improving conditions for the recognition of financial results in Ukraine and the process of its formation in accordance with national and international standards.*

Keywords: *the profit, the financial results, the income, the consumption, production efficiency, the profitability.*

Показатели финансовых результатов имеют важное значение в управлении предприятием. Прибыль является показателем всех аспектов деятельности субъекта, а именно: технологии и процесса производства, эффективности административной и социальной политики, квалификационного уровня трудовых ресурсов. Также она имеет значение для внешних факторов – экономическое и социальное положение в стране, состояние развития отрасли и т.д. Совокупность вышеперечисленных факторов напрямую определяет эффективность производства и превращает прибыль в источник экономического развития предприятия.

Вместе с этим возрастает важность контроля в системе управления субъектом хозяйствования, который направлен на получение достоверности, ясности и законности отображения в учете, а также в финансовой отчетности финансовых результатов. Это вызвано необходимостью получения достоверной информации о действительном состоянии операционной, финансовой деятельности и деятельности, связанной с инвестициями, пользователями бухгалтерской и не бухгалтерской информации. Традиционные формы и методы контроля не всегда максимально эффективны и часто не могут быть использованы для определения неиспользованных резервов оптимизации расходов, непродуктивных расходов, неэффективных путей формирования доходов и использования прибыли предприятия.

Вопросы учета доходов, расходов, формирования и отображения в финансовой отчетности результатов деятельности предприятий были объектом исследований известных отечественных ученых: Н. Т. Белухи, Ф. Ф. Будетца, В. В. Сопко, Л. М. Киндрацкой, Е. В. Мниха, Н. Г. Чумаченка, В. А. Шевчука. В большинстве работ изложены вопросы формирования финансового результата в условиях рыночной экономики.

Данная статья направлена на изучение теоретических основ определения финансового результата субъектов предпринимательской деятельности как объектов учета, обоснование целесообразности практического применения общепринятых принципов признания доходов и расходов.

Достоверность возникновения финансового результата является основой для соблюдения всех принципов и правил бухгалтерского учета в соответствии с законодательной базой: концептуальные основы составления и представления финансовой отчетности, международные стандарты финансовой отчетности, национальные Положения (стандарты) бухгалтерского учета, Закон Украины «О бухгалтерском учете и финансовой отчетности в Украине».

В условиях реформирования бухгалтерского учета в Украине и внедрения новых положений (стандартов) бухгалтерского учета обеспечено соблюдение контроля при определении и классификации доходов украинских предприятий, требований международных стандартов финансовой отчетности. Формирование методологических основ учета финансовых результатов осуществлено с ориентацией на общепринятые принципы учета [1]. С целью изучения проблематики формирования финансового результата приведено его понятие, изложенное различными учеными-экономистами (табл. 1).

Таблица 1

Понятие «финансового результата» в трудах ученых-экономистов

Автор	Определение
Закон Украины «О бухгалтерском учете и финансовой отчетности в Украине»	Возрастание или уменьшение стоимости собственного капитала организации, который образовался в процессе ее деятельности за определенный отчетный период, отражающийся в общей суме прибыли или убытка
Новый экономический словарь	Выражение в денежной форме хозяйственной деятельности организации в целом и ее отдельных подразделений
В. В. Сопко	Балансовая прибыль или убыток, которые являются алгебраической суммой результатов от реализации продукции, работ и услуг, другой реализации, доходов и расходов от внереализационных операций и т. п.
В. А. Шевчук	Заключительный результат деятельности предприятия, отражен виде прибыли (убытка)

Исходя из анализа литературных источников, можно отметить, что конечный финансовый результат – это возрастание или сокращение капитала организации в процессе финансово-хозяйственной деятельности за определенный отчетный период, который выражается в форме общей прибыли или убытка.

Прибыль (убыток) определенного отчетного периода определяется ежемесячно от сопоставления всех доходов и расходов, принятых к учету. Если полученные доходы выше произведенных в отчетном периоде расходов, то получена прибыль (убыток).

При определении конечного финансового результата исходим из следующих составляющих: прибыль (убыток) от обычных видов деятельности; прибыль (убыток) от прочих операций; доходы и расходы, отнесенные на уменьшение прибыли.

Для более глубокого изучения вопроса формирования финансового результата необходимо обратиться к понятиям «доход» и «расход». Согласно П(С)БУ 15 доходы – это возрастание экономических выгод в результате увеличения активов и (или) уменьшение обязательств, приводящее к накоплению капитала организации, кроме вкладов участников (собственников имущества). В соответствии с П(С)БУ 16 расходы – это снижение экономических выгод в результате выбытия активов и (или) возникновение обязательств, приводящих к снижению капитала организации, кроме уменьшения вкладов по решению участников (собственников имущества) [1; 2].

Для оценки финансового результата предприятия в «Отчёте о прибылях и убытках» необходимо сравнить доходы отчетного периода с расходами, которые были осуществлены для получения этих доходов. При этом доходы и расходы отражаются в бухгалтерском учете, а на основании этого учета – в «Отчёте о прибылях и убытках» о финансовых результатах в момент их возникновения, а не в момент поступления или уплаты денег (способ начисления).

Прибыль образуется постепенно за финансово-хозяйственный год. Большую часть прибыли составляет доход от продажи продукции, полученной в виде разницы между выручкой от реализации продукции и затратами на ее производство и сбыт [3].

Следствием этого является то, что в бухгалтерском учете отражаются только те доходы и расходы, которые могут быть точно определены и рассчитаны. Интересной научной и практической проблемой является максимальное приближение экономического и бухгалтерского доходов [3].

На предприятиях стран-членов ЕС в состав расходов от обычной деятельности при определении финансового результата входит статья «Налоги с прибыли», которая отражает сумму налога на прибыль, и приходящая на сумму доходов отчетного периода, и может существенно отличаться от суммы налога, который уплачен в соответствии с налоговым законодательством. В экономической литературе затраты на уплату налогов не относится к тем, которые влияют на размер экономической прибыли. Но сам факт учета этих расходов при определении финансового результата создает в бухгалтерском учете условия для исчисления реальной прибыли как дохода, «очищенного» от всех видов расходов, в том числе и расходов на уплату налогов. Порядок определения финансового результата на предприятиях Украины и отражения его в отчетности регламентируются в таких Положениях (стандартах) бухгалтерского учета: П(С)БУ 15 «Доход», П(С)БУ 16 «Расходы» [2; 3].

Субъекты хозяйствования в Украине рассчитывают прибыль по методу «затраты – выпуск». План счетов бухгалтерского учета активов, капитала, обязательств и хозяйственных операций предприятий предусматривает определение финансового результата по видам деятельности [3].

Для подытоживания информации о финансовых результатах деятельности используется счет 79 «Финансовые результаты». Счет предназначен для учета и обобщения информации о финансовых результатах предприятия от обычной деятельности и чрезвычайных событий.

По кредиту счета 79 «Финансовые результаты» отражаются суммы в порядке закрытия счетов учета доходов, по дебету – суммы в порядке закрытия счетов учета затрат, а также начисленная сумма налога на прибыль, подлежащего перечислению в бюджет. Сальдо счета при закрытии списывается на счет 44 «Нераспределенная прибыль». Нераспределенная прибыль – это часть чистой прибыли, полученной за определенный период, она подлежит распределению [4].

Формирование финансовых результатов может меняться в зависимости от целей развития предприятия. Если предприятия в целом нацелены на высокие темпы развития, увеличение объема продаж, завоевание доли рынка, максимизацию прибыли, то целью формирования финансовых результатов являются высокие темпы их роста [4; 5].

Если деятельность предприятия ориентирована на минимальный уровень рентабельности или даже убыточной деятельности, то управление финансовыми результатами должно быть сконцентрировано на получение приблизительно такой суммы, обеспечивающей текущую платежеспособность. А если в основу деятельности предприятия положены интересы владельцев, то целевой установкой формирования конечных финансовых результатов являются такие показатели, как рентабельность инвестиционного или собственного капитала [4].

В условиях действия рыночных отношений для принятия управленческих решений на уровне предприятия и расчета общегосударственных статистических показателей важное значение приобретает информация о финансовых результатах. Важность показателя прибыли (убытка) для различных пользователей подтверждает объективную потребность введения единых принципов, методологических основ признания доходов и расходов [5].

Поскольку определение финансового результата напрямую связано с проблемами макроэкономического регулирования, возникает потребность в разработке единой методики учета расходов по налогу на прибыль с учетом особенностей налогового законодательства Украины [1–3].

Следовательно, правильное и достоверное определение финансового результата в системе бухгалтерского учета обеспечивается путем использования общепринятых принципов признания доходов, расходов и их распределения по отчетным периодам. Это способствует одинаковой интерпретации показателей финансовой отчетности различными пользователями.

Научный руководитель – канд. экон. наук, доцент Фартушняк О. В.

Литература: 1. НП(С)БО 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності» від 18.03.2014 № 73 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/z0336-13. **2.** П(С)БО 16 "Витрати" від 09.08.2013 № 318 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/z0027-00. **3.** П(С)БО 15 "Дохід" від 09.08.2013 № 290 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/z0860-99. **4.** Бухгалтерский учет: теория и практика : учеб.-практ. пособие / Н. И. Верхоглядова, В. П. Шило, С. Б. Ильина и др. – Киев : Центр учеб. лит., 2012. – 536 с. **5.** Лаврунова Н. А. Проблема вибору системи обліку та методів вибуття запасів, їх вплив на фінансовий результат діяльності підприємств згідно з національними і міжнародними стандартами бухгалтерського обліку / Н. А. Лаврунова // Управління розвитком. – 2012. – № 18 (139). – С. 161–164.

УЧЕТНО-АНАЛИТИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТЕМ

УДК 657.62

Чайка А. В.

Магистрант 1 года обучения
факультета учета и аудита ХНЭУ им. С. Кузнеца

Аннотация. *Рассмотрено влияние современных инструментов учетно-аналитического обеспечения деятельности предприятия на потенциал его развития с учетом изменений внешних и внутренних условий. Исследован характер влияния управленческих решений на перспективы развития предприятия.*

Ключевые слова: *учетная-аналитическое обеспечение, финансовые возможности, финансовое состояние предприятия, система управления.*

Анотація. *Розглянуто вплив сучасних інструментів обліково-аналітичного забезпечення діяльності підприємства на потенціал його розвитку із урахуванням змін зовнішніх і внутрішніх умов. Досліджено характер впливу управлінських рішень на перспективи розвитку підприємства.*

Ключові слова: *обліково-аналітичне забезпечення, фінансові можливості, фінансовий стан підприємства, система управління.*

Annotation. *The effect of modern instruments accounting and analytical support of the company 's potential for its development, taking into account changes in external and internal conditions. The nature of the impact of management decisions on the development of the enterprise.*

Keywords: *accounting and analytical support, financial resources, financial condition of the company, control system.*

В настоящее время возрастает роль современных систем оценки и информационного обеспечения хозяйственной деятельности, которые позволяют решать проблемы развития предприятия.

Совершенствование учетно-аналитического обеспечения процессов развития современного предприятия заключается в поиске рациональных соотношений между категориями времени, риска и конечными результатами

© Чайка А. В., 2015

деятельности, уровнем ресурсного обеспечения и возможностями приумножения и использования потенциала развития предприятия и его возможностей. Благодаря этому должна обеспечиваться финансовая устойчивость и высокая инвестиционная привлекательность предприятия. Современное состояние развития экономики требует от предприятия большего внимания к ведению учета. Связано это с возможностями, которые открываются в результате привлечения внешнего ресурсного и интеллектуального потенциала.

Вопросами учетно-анлитического обеспечения системы управления предприятием занимаются отечественные и зарубежные ученые, среди которых: Р. Найт, М. Бертонеш, В. Савчук, И. Немировский, И. Старожукова, Е. Мниха, А. Сливоцкий, Л. Руденко.

На новые подходы в оценке деятельности предприятия особое внимание обращают Р. Найт и М. Бертонеш [1, с. 240]. Подходы эти основываются на принципе объединения интересов независимо от происхождения капитала на основе трансформации учетной политики.

Европейские компании отказываются как от промежуточной оптимизации своих ресурсов на уровне слабодоходных остатков денежных средств, так и от фанатичного и агрессивного процесса растраты капитала, включая диверсификацию, объединения и вертикальную интеграцию, когда размеры становятся важнее, чем рентабельность. Они переориентируются на выкуп акций, когда капитал перетекает от зрелых компаний с ограниченными возможностями инвестирования к молодым предприятиям с огромным потенциалом роста и огромными финансовыми потребностями [1, с. 225]. Такие изменения становятся возможными в результате трансформации налогового законодательства. Поощряют подобные действия и другие факторы, в частности такие показатели, как стоимость акционерного капитала, средневзвешенная стоимость капитала, экономическая добавленная стоимость, используются в качестве основные инструментов оценки деятельности предприятий.

Особенностью современных подходов к представлению предприятиями информации о своей деятельности являются ее детализация и отображение собственных сильных сторон. Так, Л. Руденко обращает внимание на то, что предприятия нередко дают в отчетах больше аналитической информации, чем рекомендуется стандартами. В мире идет жесткая конкурентная борьба за дополнительные источники финансирования, поэтому чем больше нуждается в них предприятие, тем более аналитически детализированный отчет она должна готовить [2, с. 376].

По мнению В. П. Савчука [3, с. 134–135], суждения о методах и системе учета следует формировать на основе их влияния на результаты деятельности предприятия. То, что легко смоделировать для простого по структуре взаимоотношений предприятия, становится немыслимо сложным для крупных предприятий. Причиной крушения зачастую является неспособность сохранить качественный уровень своей деятельности в нарастающем количестве бизнес-процессов. Умной альтернативой возможностей, входящих в период роста, является сосредоточение внимания на управляемости бизнес-процессов и приведение системы управления и учета в соответствие с уровнем развития. Каждому предприятию для успешного функционирования на рынке, как утверждают И. Б. Немировский и И. А. Старожукова [4, с. 230], важно наладить замкнутый цикл управления, который бы содержал этапы: постановку целей; планирование действий и назначение ответственных за их выполнение; выполнение предусмотренных действий; контроль за результатами; анализ полученных результатов; формирование управленческого воздействия; корректировку планов (целей). Для успешного управления предприятием следует иметь оценки не только текущего состояния, но и перспектив развития с учетом изменений доли рынка, эффективности бизнес-процессов, привязанности сотрудников предприятия и его потребителей. Все большее распространение в практике деятельности предприятий приобретают бизнес-модели, которые, по А. Сливоцкий [7, с. 156], учитывают фазы миграции капитала, а именно его приток, стабильность и отток. Применение бизнес-моделей основывается на ожиданиях инвесторов. По мере роста компании в фазе притока капитала ее модель меняется. Внутренняя система перестраивается в соответствии с внешними изменениями.

По мнению Е. Мниха [5, с. 55], в нынешних условиях изменилась парадигма экономического анализа с оценочно-статистической на поисково-прогностическую, что позволяет выбрать оптимальные управленческие решения в условиях неопределенности и риска.

Инвестиции в разработку новых товаров и освоение новых рынков требуют принятия стратегических управленческих решений, основанных на использовании интеллектуального капитала. Для оценки готовности предприятия к изменениям и выявления возможных источников сопротивления диагностируют состояние инновационного потенциала предприятия [6, с. 35-45]. Предварительный выбор направлений инновационного развития основывается на анализе соответствия внутренних возможностей развития предприятия внешним требованиям рыночной экономики. Для оценки внутренних и внешних возможностей развития предприятия следует использовать подходы SWOT-, STEP- и GAP-анализа.

Современные условия позволяют предприятиям вести, кроме бухгалтерского, статистический, налоговый и управленческий учет. Последний позволяет принимать управленческие решения. Применение интегрированных корпоративных систем управления в основе управленческого учета позволяет обеспечить полную совместимость, учетной и аналитической информации о трудовых, финансовых и метериальны потоках. Это позволяет

создавать условия для диагностики хозяйственной деятельности, предоставляет возможность наладить планирование. Стратегия финансового планирования связана с определением затрат, инвестиций и прибыли. Итак, можно отметить, что планирование состоит из следующих этапов:

1. Согласование текущих и перспективных управленческих решений на основе предвидения их возможных последствий;

2. Стратегический анализ инвестиционных возможностей и источников финансовых ресурсов предприятия;

3. Процесс бюджетирования, учета, планирования и контроля за движением денежных средств, формирование финансовых результатов;

4. Обоснование выбранного варианта плана.

Следует отметить, что процесс управления требует сбалансированной учетной политики предприятия, которая связывала формирования стратегии предприятия с соответствующими финансовыми возможностями и конечным результатом ее реализации. Для этого формируют ключевые индикаторы достижения стратегических целей, с помощью которых можно судить о степени их реализации. В современных условиях, не считая потенциал интеллектуального капитала, невозможно правильно оценить возможности предприятия и его рыночную стоимость. Поэтому в балансе предприятий целесообразно дополнительно отражать совокупную стоимость интеллектуальных активов и интеллектуального капитала. Очевидно, что удачно выбранная деловая модель развития предприятия имеет отдельный положительный потенциал, который тоже формируется за счет интеллектуального капитала, поэтому, кроме предложенной формы баланса, следует ввести еще и эту составляющую интеллектуальных активов.

В процессе развития предприятия возникает необходимость в сбалансировании доходов, активов и роста. Поэтому существует необходимость построения модели, которая бы давала возможность целенаправленного влияния на результаты деятельности предприятия.

С целью целенаправленного управления процессами развития предприятия предложено обеспечить сочетание стратегических целей развития предприятия с задачами его финансового обеспечения за счет внедрения механизма управления на основе сочетания преимуществ сбалансированной системы показателей и экономической добавленной стоимости.

Таким образом, можно сделать вывод, что в процессе развития предприятия существует необходимость в сбалансировании доходов, активов и роста на основе объективной оценки состава, структуры и источников формирования активов предприятия и мотивации персонала на достижение поставленных целей.

Научный руководитель – канд. экон. наук, доцент Писарчук О. В.

Литература: 1. Бертонеш М. Управление денежными потоками / М. Бертонеш, Р. Найт. – СПб. : Питер, 2004. – 240 с. **2.** Руденко Л. В. Управління потоками капіталів у сучасній бізнес-моделі функціонування транснаціональних корпорацій : монографія / Л. В. Руденко. – Київ : Кондор, 2004. – 480 с. **3.** Савчук В. П. Управление прибылью и бюджетирование / В. П. Савчук. – М. : БИНОМ ; Лаборатория знаний, 2005. – 432 с. **4.** Немировский И. Б. Бюджетирование. От стратегии до бюджета – пошаговое руководство / И. Б. Немировский, И. А. Старожукова. – М. : ИД «Вильямс», 2006. – 512 с. **5.** Мних Є. В. Сучасний економічний аналіз: питання методології та організації / Є. В. Мних // Бухгалтерський облік і аудит. – 2006. – № 7. – С. 35–45. **6.** Кантаєва О. Удосконалення методики аналізу інноваційної діяльності для прийняття управлінських рішень / О. Кантаєва, Є. Галушко // Бухгалтерський облік і аудит. – 2008. – № 7. – С. 25–30. **7.** Сливоцький А. Міграція капіталу: Як у замислах на кілька кроків випередити своїх конкурентів / А. Сливоцький ; пер. з англ. – Київ : Пульсари, 2001. – 296 с.

СУТНІСТЬ ТРУДОВИХ РЕСУРСІВ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ

УДК 631.11.01

Чан Тхі Мінь Нгок

Студент 4 курсу
факультету обліку і аудиту ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Проаналізовано відповідну наукову літературу для комплексного дослідження категорії «трудові ресурси» та виявлено специфічні ознаки трудових ресурсів, які притаманні лише для сільськогосподарських підприємств. Сформульовано власне визначення поняття трудових ресурсів цієї галузі.*

Ключові слова: *трудові ресурси, сільське господарство, працездатний вік, пенсійний вік, продукти харчування, витрати, агарна галузь.*

Аннотация. *Проанализирована соответствующая научная литература для комплексного исследования категории «трудовые ресурсы» и выявлены специфические признаки трудовых ресурсов, которые присущи только для сельскохозяйственных предприятий. Сформулировано собственное определение понятия трудовых ресурсов этой отрасли.*

Ключевые слова: *трудовые ресурсы, сельское хозяйство, трудоспособный возраст, пенсионный возраст, продукты питания, расходы, аграрная отрасль.*

Annotation. *The corresponding scientific literature for a comprehensive study of the category of "labor" and revealed specific features of human resources that are unique to agricultural enterprises. In addition, the author formulates his own definition of the industry workforce.*

Keywords: *human resources, agriculture, working age, retirement age, food, costs, agrarian sector.*

Сільське господарство – одна з найважливіших галузей господарського комплексу України, яка відіграє важливу роль у зміцненні економіки нашої країни, підвищенні життєвого рівня населення і розв'язанні соціально-економічних проблем. Саме тому постала необхідність у відокремленні поняття «трудові ресурси сільськогосподарських підприємств», визначенні їх ролі як головної складової ресурсного потенціалу.

Поняття «трудові ресурси» вперше запропонував академік С. Г. Струмилін у 20-ті роки XX сторіччя [1]. Вони складаються переважно з працездатного населення у працездатному віці. Термін «трудові ресурси» став широко застосовуватися вітчизняними вченими як визначення носія робочої сили. Проблеми трудових ресурсів сільськогосподарських підприємств досліджували такі вчені, як: В. С. Венедіктов, І. М. Прибиткова, Я. Ю. Кондратьєв, Ю. І. Римаренко, В. І. Олефі, Д. П. Богиня, П. Ю. Буряк, Т. І. Заславська, однак комплексного дослідження категорії «трудові ресурси сільськогосподарських підприємств» не проводилось.

Метою дослідження є узагальнення трактувань поняття «трудові ресурси», виявлення специфічних ознак трудових ресурсів сільськогосподарських підприємств.

Існує багато трактувань стосовно визначення поняття «трудові ресурси». Декілька з них наведено у табл. 1. На нашу думку, визначення Саблук П. Т., Орлатий М. К. є найбільш коректним тлумаченням трудових ресурсів.

Щоб зрозуміти сутність поняття "трудові ресурси", треба знати, що все населення залежно від віку поділяється на:

- осіб, молодших працездатного віку (від народження до 16 років включно);
- осіб працездатного (робочого) віку (в Україні: жінки – від 16 до 54 років, чоловіки – від 16 до 59 років включно);
- осіб, старших працездатного віку, після досягнення якого установлюється пенсія за віком (в Україні: жінки – з 55, чоловіки – з 60 років).

Залежно від здатності працювати розрізняють осіб працездатних і непрацездатних. Непрацездатні особи у працездатному віці – це інваліди 1-ї та 2-ї груп, а працездатні особи в непрацездатному віці – це підлітки і пенсіонери, які працюють за віком.

До трудових ресурсів належать:

- населення у працездатному віці, крім непрацюючих інвалідів 1-ї і 2-ї груп та непрацюючих осіб, які одержують пенсію на пільгових умовах (жінки, що народили п'ять і більше дітей і виховують їх до восьми років, а також особи, які вийшли на пенсію раніше у зв'язку з тяжкими та шкідливими умовами праці);
- працюючі особи пенсійного віку;
- працюючі особи віком до 16 років.

© Чан Тхі Мінь Нгок, 2015

Таблиця 1

Трактування терміна «трудові ресурси» різними авторами

Автор	Визначення
Богиня Д. П. [2]	Основна продуктивна сила суспільства, найактивніша в економічному відношенні частина населення, що складається з трудящих міста й села і забезпечує розширене відтворення суспільного продукту
Буряк П. Ю. [3]	Працездатна частина населення, яка має фізичний розвиток, розумові здібності, знання, які необхідні для роботи в народному господарстві
Заславська Т. І. [7]	Сукупність членів суспільства, здатних брати участь у суспільному виробництві при цьому розвитку продуктивних сил і в межах виробничих відносин
Касимовський Є. В. [7]	Частина працездатного населення, як зайнятого у суспільному виробництві, так і того, що знаходиться в резерві, кількісні і демографічні межі якого залежать від суспільної форми виробництва і рівня розвитку продуктивних сил
Качан Є. П. [4, с. 41]	Частина працездатного населення, яка володіє фізичними і розумовими здібностями і знаннями, необхідними для здійснення корисної діяльності
Лукашевич В. М. [8]	Головна продуктивна сила суспільства, носії (суб'єкти) відносин, що складаються у процесі формування, розподілу та використання трудових ресурсів. Як економічна категорія – населення, що володіє фізичною та інтелектуальною здатністю відповідно до умов відтворення робочої сили; як планово-облікова – населення у працездатному віці, зайняте і незайняте у суспільному виробництві
Махсма М. Б. [9]	Частина населення країни, що за своїми розумовими здібностями, фізичним розвитком і знаннями здатна працювати в народному господарстві
Олійник Є. О. [11]	Особливий та надзвичайно важливий вид економічних ресурсів, оцінка якого визначається чисельністю працівників, що мають певні професійні навички, знання і можуть використовувати у трудовому процесі
Саблук П. Т., Орлатий М. К. [10]	Частина населення, яка має необхідний фізичний розвиток, розумові здібності та знання для роботи в усіх сферах економічної діяльності
Єсінова Н. І. [6]	Працездатна частина населення, яка, володіючи фізичними й інтелектуальними можливостями, здатна виробляти матеріальні блага чи робити послуги

Необхідно зауважити, що сільське господарство як галузь має низку особливостей, які суттєво відрізняються від інших сфер. Це пояснюється такими чинниками:

– праця в сільському господарстві пропорційно залежить від природно-кліматичних умов виробництва, які неможливо усунути ніяким чином. Йдеться про обмежену кількість сільськогосподарських земель та їх родючість, а також сезонність виробництва;

– в аграрному секторі функціонують підприємства різних форм власності, тобто три суб'єкта відносин – власник землі, підприємець (орендар), найманий працівник;

– наявність у працівників власного допоміжного господарства, що служить істотним джерелом доходів і сферою праці;

– природне призначення аграрної галузі – забезпечення людства продуктами харчування. Населення планети зростає вдвічі швидше за світове виробництво продуктів харчування;

– ціни на сільськогосподарську продукцію формуються на рівні найвищих витрат [4].

На думку автора, з поняття трудових ресурсів необхідно виділити окрему категорію «трудові ресурси сільськогосподарських підприємств». На основі вищеприведених трактувань поняття трудових ресурсів пропонується таке визначення: трудові ресурси сільськогосподарських підприємств – це частина працездатного населення, що володіє професіональними здібностями і знаннями, готова та здатна працювати в народному господарстві для вирощування або виробництва продуктів рослинництва або тваринництва.

Отже, з розвитком економіки України в цілому та зростанням значення сільського господарства необхідно розширити його категоріально-понятійний апарат. Є дуже багато нерозглянутих питань у цій галузі і саме тому треба відокремлювати кожну її складову для більш детального та точного аналізу.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Петряєва З. Ф.

Література: 1. Струмилин С. Г. Проблемы экономики труда / С. Г. Струмилин. – М. : Наука, 1982. – 342 с. **2.** Богиня Д. П. Основи економіки праці : навч. посіб. / Д. П. Богиня. – Київ : Знання–Прес, 2001. – 314 с. **3.** Буряк П. Ю. Економіка праці і соціально-трудові відносини : навч. посіб. / П. Ю. Буряк. – Київ : ЦУЛ, 2004. – 440 с. **4.** Економіка праці та соціально-трудові відносини : навч. посіб. / Є. П. Качан, О. П. Дяків, В. М. Островерхов та ін. ; за

ред. Є. П. Качана. – Київ : Знання, 2008. – 407 с. **5.** Економіка праці та соціально-трудові відносини :навч. посіб. / Під ред. Є. П. Михайлова. – Київ : Центр навч. літ., 2005. – 240 с. **6.** Єсінова Н. І. Економіка праці та соціально-трудові відносини : навч. посіб. / Н. І. Єсінова. – Київ : Кондор, 2004. – 432 с. **7.** Заславська Т. І. Економіка праці і соціально-трудові відносини / Т. І. Заславська. – Київ : Вищ. шк., 1999. – 248 с. **8.** Лукашевич В. М. Економіка праці та соціально-трудові відносини : навч. посіб. / В. М. Лукашевич. – Львів : Новий світ-2000, 2008. – 248 с. **9.** Махсма М. Б. Економіка праці та соціально-трудові відносини / М. Б. Махсма. – Київ : Атіка, 2005. – 304 с. **10.** Населення і трудові ресурси села : навч. посіб. / За ред. П. Т. Саблука, М. К. Орлатого. – Київ : Ін-т аграрної політики УААН, 2002. – 277 с. **11.** Олійник Є. О. Критерії оцінки трудових ресурсів аграрного підприємства [Електронний ресурс] / Є. О. Олійник. – Режим доступу : http://www.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/Vbumb /2011_3/12.pdf.

ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ УЧЕТА ДЕБИТОРСКОЙ ЗАДОЛЖЕННОСТИ

УДК 657.21(1-87)

Чеперис Ю. С.

Студент 3 курса
факультета международных экономических отношений ХНЭУ им. С. Кузнеца

Аннотация. *Рассмотрена сущность дебиторской задолженности в отечественной и зарубежной системах бухгалтерского учета, а также раскрыты ее классификация, оценка и списание по зарубежной и национальной практикам. Уделено внимание понятиям «скидки» и «резервы», их сущности, классификации, начислению и учету.*

Ключевые слова: *дебиторская задолженность, дебиторы, учет дебиторской задолженности, сомнительная задолженность, международный опыт, национальная система учета, скидки.*

Анотація. *Розглянуто сутність дебіторської заборгованості у вітчизняній і зарубіжній системах бухгалтерського обліку, а також розкрито її класифікацію, оцінку та списання за двома практиками. Приділено увагу поняттям «знижки» та «резерви», їх класифікації, нарахуванню та обліку.*

Ключові слова: *дебіторська заборгованість, дебітори, облік дебіторської заборгованості, сумнівна заборгованість, міжнародний досвід, національна система обліку, знижки.*

Annotation. *The essence of the receivables were considered in the domestic and foreign accounting system and disclosed its classification, evaluation and cancellation of foreign and national practice. Attention is paid to the concepts of "discounts" and "reserves", their essence, classification, calculation and accounting.*

Keywords: *accounts receivable, debtors, international experience, national accounting system, discounts.*

На сегодняшний день в условиях непрерывного экономического развития, растущей глобализации и интернационализации, а также в связи с обострением конкурентной борьбы, наличием инфляционных процессов предприятиям необходимо совершенствовать существующие, разрабатывать и внедрять новые механизмы управления дебиторской задолженностью, поскольку наличие дебиторской задолженности и эффективное управление ею имеют значительное влияние на финансовую устойчивость и платежеспособность предприятия. Также в последнее время усиливается значимость внешнеэкономических связей, и украинские предприятия начинают выходить на международные рынки, большую роль начинает играть иностранный капитал и возможность интеграции Украины в европейское экономическое пространство – все это обуславливает актуальность вопросов организации учета дебиторской задолженности в соответствии с зарубежной практикой, оказание финансовой отчетности в соответствии с международными стандартами.

Особенности учета дебиторской задолженности были рассмотрены в трудах таких отечественных и зарубежных ученых, как: Ф. Бутинец, С. Голов, Г. Кирейцев, Е. Брикхем, И. Бланк и др. Однако отдельные особенности учета

© Чеперис Ю. С., 2015

задолженности в Украине и за рубежом остаются неопределенными и требуют дальнейших научных исследований.

Целью статьи является определение понятия дебиторской задолженности и сравнение особенностей ее учета по отечественным и международным стандартам.

Объектом статьи является дебиторская задолженность.

Предмет исследования – особенности учета дебиторской задолженности по национальным и зарубежным стандартам.

В Украине основным нормативно-правовым документом, регулирующим отражение в бухгалтерском учете дебиторской задолженности является Положение (стандарт) бухгалтерского учёта 10 «Дебиторская задолженность» (далее П(С)БУ 10) [1].

П(С)БУ 10 определяет понятие «Дебиторская задолженность» как сумму задолженности дебиторов предприятию на определенную дату. А понятие «дебиторы», в свою очередь, определяется как юридические и физические лица, которые в результате прошлых событий задолжали предприятию определенные суммы денежных средств, их эквивалентов или других активов [1].

Большинство ученых и практиков определяют дебиторскую задолженность как долги. Например, Ф. Ф. Ефимова трактует понятие дебиторской задолженности как сумму задолженностей предприятий на определенную дату [2]. В свою очередь дебиторская задолженность среди зарубежных авторов рассматривается как такая, которая возникает в процессе реализации товаров, работ, услуг. Например, Е. Брихгем определяет дебиторскую задолженность в виде сумм, ожидаемых к поступлению от клиентов за уже проданные товары [3].

Характерным для отечественной системы регулирования дебиторской задолженности является то, что в Украине нормы ведения бухгалтерского учета четко регламентированы. И последствиями несоблюдения которых являются различные типы ответственности (административной, уголовной и т.п.). А в международной системе учета, наоборот, указываются только базовые фундаментальные концепции ведения финансового учета.

МСБУ прямо не определяют методы признания, классификацию и оценку дебиторской задолженности, а только дают общие рекомендации по раскрытию соответствующей информации в финансовой отчетности. Так, МСБУ 1 «Представление финансовой отчетности» рекомендует выделять в Балансе торговую и прочую дебиторскую задолженность [4]. И дебиторская задолженность относится в международной практике к финансовым активам.

Торговая (операционная) дебиторская задолженность возникает в процессе обычной операционной деятельности компании при условии продажи товаров или предоставления услуг в кредит.

Особая (неоперационная) дебиторская задолженность возникает от операций, не связанных с операционной деятельностью предприятия. К ней относятся кредиты и авансы, выданные работникам или филиалам компании, депозиты для покрытия потенциальных убытков, депозиты, как гарантия платежа, дивиденды и проценты к получению и т. п. [2].

Раскрытию дебиторской задолженности в финансовой отчетности уделяют большое значение в зарубежных странах, особенно в Европе. Но в этом случае сама компания принимает решение о порядке размещения различных видов дебиторской задолженности в балансе и степени детализации этих статей, поэтому в разных странах состав и структура дебиторской задолженности в балансе могут быть различными [5].

Оценка и порядок учета дебиторской задолженности происходит в зависимости от их классификации. Согласно классификации П(С)БУ 10 делится на текущую и долгосрочную. Согласно МСБУ – на краткосрочные (оборотные) активы, которые соответствуют любому из критериев:

1) актив предназначен для реализации или для использования в обычных условиях операционного цикла;

2) актив предназначен для продажи или его предполагается реализовать в течение 12 месяцев после отчетной даты [6].

В Украине долгосрочная дебиторская задолженность в момент ее признания оценивается по первоначальной стоимости, если на нее начисляются проценты – по настоящей. Текущая дебиторская задолженность в момент ее признания оценивается по первоначальной стоимости одновременно с признанием дохода от реализации продукции, товарв, работ и услуг, а на дату составления баланса – за чистой стоимостью реализации [1].

В международной практике оценка дебиторской задолженности осуществляется на дату ее возникновения, дату погашения или на дату составления баланса. Причем на дату возникновения она отображается по сумме выставленного счета или по сумме, уменьшенной на величину скидки, на дату погашения – по сумме с учетом скидки (оплата в период действия скидки), на дату составления баланса – по сумме, скорректированной на скидку. Стоит отметить, что скидки разделены на две группы:

– торговые скидки – процентные скидки от базовой цены (при распродаже, для постоянных клиентов);

– скидки за оплату в срок – процентные скидки, предоставляемые в зависимости от срока оплаты. Такого типа скидки предоставляются с целью заставить покупателя оплатить счет до истечения установленного в договоре срока [2].

В зарубежной системе учета дебиторская задолженность по счетам оценивается и отражается в финансовой отчетности по чистой стоимости реализации, то есть по сумме денег, которая реально может быть получена в будущем в результате ее погашения, которая определяется как разница между первоначальной стоимостью и скидками и сомнительной (безнадежной) задолженностью [7].

Под безнадежной задолженностью понимают задолженность, которая, вероятно, никогда не будет оплачена.

Для большинства стран двумя наиболее распространенными методами учета безнадежной задолженности является метод прямого списания и метод начисления резерва.

Метод прямого списания состоит в том, что безнадежная дебиторская задолженность списывается на расходы в тот момент, когда точно известно, что счет будет оплачен. При этом убыток отражается записью: дебет счета «Счета к оплате» и кредит счета «Расходы на покрытие безнадежных долгов» [6].

Метод начисления резерва предусматривает осуществление предварительной оценки возможной величины безнадежной дебиторской задолженности или на основании общей величины продаж (как правило, чистых продаж, без возврата товаров и скидок), либо на основании общей величины дебиторской задолженности. На исчисленную сумму начисляется резерв путем дебетования счета «Расходы на покрытие безнадежных долгов» и кредитования счета «Резерв на покрытие безнадежных долгов».

В большинстве стран англо-американской системы, кроме резерва по сомнительным долгам, компании могут создавать другие виды резервов, в частности, резерв на покрытие возвратов товаров и скидок [2].

Следует отметить, что во всех странах задолженность отражается в активе баланса, но каждая страна разработала определенный перечень статей баланса, в которых и отражается задолженность по действующей классификации. Следует отметить, что списание дебиторской задолженности в разных странах существенно отличается. Так, в Украине задолженность списывается только за счет резерва, и списанная дебиторская задолженность не содержит отражение в активе баланса. Так, по П(С)БУ 10 дебиторская задолженность отражается в форме 1 «Баланс» и форме 5 «Примечания к годовой финансовой отчетности». В Балансе дебиторская задолженность отражается по чистой реализационной стоимости.

Таким образом, проанализировав особенности учета дебиторской задолженности, основываясь на зарубежном опыте, можно сделать вывод, что национальный подход имеет свои отличия. Так, в Украине существуют четкие нормы введения бухгалтерского учета, которые регламентированы, несоблюдение которых приводит к различным типам ответственности, а в международной системе учета указываются только базовые фундаментальные концепции ведения финансового учета.

Следует отметить, что одним из условий создания качественно новой среды в Украине, которая будет способствовать успешной интеграции украинского бизнеса в международную экономическую среду, является соответствие учета, в том числе дебиторской задолженности, мировым требованиям. Но, что не менее важно, необходимо принимать во внимание особенности национальной экономики страны и ее состояние.

Научный руководитель – канд. экон. наук, доцент Часовникова Ю. С.

Литература: 1. Положение (стандарт) бухгалтерского учета 10 «Дебиторская задолженность» [Электронный ресурс] : Приказ Министерства финансов Украины от 08.10.1999 № 237. – Режим доступа : http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/z0725-99. **2.** Ефимова Ф. Ф. Бухгалтерский финансовый учет : учеб. пособие / под ред. Ф. Ф. Ефимова. – Житомир : Рута, 2005. – 756 с. **3.** Бригхем Е. Основы финансового менеджмента / Е. Бригхем. – Киев : Молодежь, 1997. – 1000 с. **4.** Международные стандарты бухгалтерского учета и финансовой отчетности : учеб. пособие / Ю. С. Цал-Цалко, Г. Г. Кирейцев, И. В. Луканев и др.]. – Житомир : Рута, 2011. – 707 с. **5.** Голов С. Ф. Финансовый учет : учебник / С. Ф. Голов, В. М. Костюченко, Г. Г. Кирейцев. – Житомир : ЖИТИ, 2001. – 432 с. **6.** Бондаренко В. С. Современные подходы к учету дебиторской задолженности в отечественной и зарубежной практике хозяйствования / В. С. Бондаренко // Инвестиции: практика и опыт. – 2008. – № 18. – С. 36–39. **7.** Сопко В. В. Бухгалтерский учет: финансовый и хозяйственный учет / В. В. Сопко, О. В. Бойко, М. І. Кучер. – Киев : Феникс, 2003. – 468 с.

ПРОБЛЕМА МОТИВАЦІЇ ПРИ ОРГАНІЗАЦІЇ ОПЛАТИ ПРАЦІ НА МАЛОМУ ПІДПРИЄМСТВІ

УДК 005.32:331.101.3

Черкашина О. Г.

Студент 3 курсу
факультету обліку і аудиту ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Розглянуто проблему мотивації працівників як важливу складову удосконалення організації оплати праці на малому підприємстві. Наведено приклад використання соціального пакету як однієї з ефективних форм стимулювання та винагороди за працю у сучасних умовах ринкової економіки.*

Ключові слова: *система оплати праці, заробітна плата, ефективність праці, соціальний пакет, мотиваційний механізм.*

Аннотация. *Рассмотрена проблема мотивации работников как важная составляющая совершенствования организации оплаты труда на малом предприятии. Приведен пример использования социального пакета как одной из эффективных форм стимулирования и вознаграждения за труд в современных условиях рыночной экономики.*

Ключевые слова: *система оплаты труда, заработная плата, эффективность труда, социальный пакет, мотивационный механизм.*

Annotation. *The article deals with the problem of employee motivation as an important part of improving the organization of wages in a small business. The paper shows how to use the social package, as one of the most effective forms of incentive and remuneration for work in the modern market economy.*

Keywords: *system of wage, salary, work efficiency, social package, motivational mechanism.*

Важливе значення серед ключових пріоритетів економічного розвитку України мають: формування приватного сектора економіки, нового класу власників, підтримка розвитку малих підприємств, а також належна організація праці, її оплата та мотивація (з метою посилення ролі найманих працівників у розвитку малих підприємств).

Згідно з Господарським кодексом України суб'єктами малого підприємництва є: фізичні особи, зареєстровані в установленому законом порядку як фізичні особи – підприємці, у яких середня кількість працівників за звітний період (календарний рік) не перевищує 50 осіб та річний дохід від будь-якої діяльності не перевищує суму, еквівалентну 10 млн євро, визначену за середньорічним курсом Національного банку України. Юридичні особи – суб'єкти господарювання будь-якої організаційно-правової форми та форми власності, у яких середня кількість працівників за звітний період (календарний рік) не перевищує 50 осіб та річний дохід від будь-якої діяльності не перевищує суму, еквівалентну 10 млн євро, визначену за середньорічним курсом Національного банку України [1].

У теперішніх умовах ринкової економіки актуальність теми все більше зростає, оскільки зазнає значного впливу криза у країні. Показники підприємств є досить нестабільними. Відбуваються зміни в організації оплати праці, спостерігається скорочення чисельності працівників, спад в обсягах продажу та замовлень. Для більшості населення заробітна плата втратила свою відтворювальну та стимулювальну функції і фактично перетворилася на різновид соціальних виплат, не пов'язаних із кількістю, якістю та кінцевими трудовими результатами. Необхідно звернути увагу на те, що в Україні рівень заробітної плати значно нижчий, ніж у держав із розвиненою економікою. Праця та її оплата як ціннісні орієнтири втрачають своє соціально-економічне призначення, що руйнує основи економічного й соціального розвитку суспільства. На малому підприємстві організація праці регулюється "Положенням про оплату праці". У рамках цих законодавчих актів здійснюються трудові відносини між власниками малого підприємства і найманими працівниками [2].

Організація системи оплати праці є однією з найголовніших проблем у сучасній економіці України. Заробітна плата завжди була однією з важливих аспектів, що утворюють мотиваційний механізм трудової активності та забезпечують ефективність системи матеріального стимулювання.

Метою статті є пошук нових оптимальних підходів до системи організації оплати праці на малому підприємстві.

Об'єктом дослідження цієї роботи є процес мотивації на малому підприємстві як елемент впливу на ефективність роботи працівників.

Предмет дослідження – мале підприємство у межах функціонування малого бізнесу.

© Черкашина О. Г., 2015

Досить багато вчених досліджували проблему мотивації як один із головних аспектів організації оплати праці працівників різних виробничих сфер, форм власності та підпорядкування. Відомими науковцями у цій сфері стали І. Бондар, М. Волгін, Ю. Фокін, А. Колот, Е. Лібанова, А. Чухно, Р. Яковлєв, Г. Ярошенко та ін. Серед учених високо розвинутих країн вагомий внесок у розробку проблем регулювання заробітної плати здійснили А. Маршалл, Дж. Кейнс, П. Самуельсон, В. Майєр, А. Маслоу, К. Макконелл, Е. Мейо та ін. Ці вчені дослідили практику організації оплати праці працівників виробничої та бюджетних сфер, управлінських структур державної влади і зміни в системі організації оплати праці та матеріального стимулювання. Тому під час проведення аналізу стану організації оплати праці на вітчизняних підприємствах з метою пошуку шляхів її удосконалення слід звернути особливу увагу на вивчення зарубіжного досвіду проведення мотиваційних заходів.

Одним із важливіших інструментів, що характеризує взаємозв'язок праці та її оплати, є організація оплати праці. Найприйнятнішим для малого підприємства є визначення організації праці як сукупності процесів і дій зі встановлення чи вдосконалення порядку здійснення трудового процесу та об'єднання людей, що разом реалізують певну програму або мету і діють відповідно до розроблених правил і процедур. Організація праці сприяє вдосконаленню усіх процесів праці, виробничих структур для досягнення найвищої ефективності функціонування малого підприємства.

Згідно з Законом «Про оплату праці» заробітна плата – це винагорода, обчислена, як правило, у грошовому виразі, яку за трудовим договором роботодавець виплачує працівникові за виконану ним роботу. Розмір заробітної плати залежить від складності та умов виконуваної роботи, професійно-ділових якостей працівника, результатів його праці та господарської діяльності підприємства [3].

Головними вимогами до організації заробітної плати на підприємстві, які відповідають інтересам як працівника, так і роботодавця, є забезпечення необхідного рівня заробітної плати за максимального зниження її затрат на одиницю продукції та гарантія підвищення оплати праці кожного працівника зі зростанням ефективності діяльності підприємства. Витрати на оплату праці визначаються малим підприємством самостійно. Політику малого підприємства у сфері оплати праці обумовлюють такі чинники: державне регулювання заробітної плати, рівень вартості життя, розмір заробітної плати у конкурентів, фінансовий стан малого підприємства.

Витрати на оплату праці складаються з двох частин: кошти на оплату праці, що входять у витрати виробництва; частина прибутку, яка скеровується для додаткового матеріального заохочення працівників.

Тому в умовах переходу нашої економіки на ринковий рівень важливими завданнями оптимізації високопродуктивної, якісної праці та її гідної оплати є прискорення науково-технічного прогресу, зниження витрат живої праці, механізація трудомістких робіт, поліпшення використання трудових ресурсів. Реалізація урядової політики має забезпечити перехід від використання дешевої праці до висококваліфікованої з належною оплатою [4].

Дослідження можливих напрямків удосконалення системи оплати праці на підприємствах малого бізнесу істотно впливає на рівень достатку населення, на ефективність виробничої діяльності та на стабільність соціально-економічного клімату в суспільстві. Слід акцентувати увагу на проблемі матеріального стимулювання працівників і його зв'язку з оплатою праці та конкретними результатами. Це вимагає застосування прогресивних систем і форм оплати, які дозволяли би враховувати індивідуальні особливості кожного члена колективу в його трудовій діяльності. До основних факторів, що впливають на ефективність праці, належать мотиваційні механізми. Важливу роль мотивації відіграє соціальний пакет [5].

Однією з форм винагороди за працю, що все активніше використовується, є соціальний пакет, під яким слід розуміти надання роботодавцем благ у вигляді пільг, компенсацій, привілеїв і соціальних гарантій, які перевищують розмір його основної заробітної плати. З точки зору трудового законодавства, матеріальні блага, що входять до складу соціального пакета, можуть розглядатися як елементи заробітної плати, що відносяться до додаткової заробітної плати й інших заохочувальних і компенсаційних виплат. При цьому у структурі загальної винагороди окремі складові соціального пакета є інструментом немонетарної або непрямої матеріальної винагороди [6].

До складу соціального пакета включаються як базові соціальні гарантії, передбачені законодавством про працю та соціальне забезпечення, так і додаткові матеріальні блага, надання яких здійснюється роботодавцем за власною ініціативою. При цьому базовий соціальний пакет охоплює: забезпечення необхідних для виконання роботи умов праці, передбачених законодавством, колективним договором та угодою сторін, загальнообов'язкове державне соціальне страхування, виплату в повному розмірі належної працівнику заробітної плати, надання соціальних пільг і гарантій, передбачених колективним договором, угодою [7].

Виходячи з функцій соціального пакета, в його складі також можна виділити мотиваційний пакет, що, у свою чергу, поєднує у собі конкурентний і компенсаційний пакети. Конкурентний пакет можна подати як сукупність блоків: забезпечення здоров'я, розвиток корпоративної культури, навчання, підвищення кваліфікацій за рахунок підприємства, відпочинок та розваги, мотивація праці. Компенсаційний пакет охоплює відшкодування особистих витрат, пов'язаних із роботою.

Базові очікування від соціального пакета з боку працівника: гідна винагорода та реалізація амбіцій; професійне зростання та особистий розвиток; належні умови праці та безпека; здоровий спосіб життя та профілактика;

соціальний статус; елементи престижу. Основні вимоги до соціального пакета з боку роботодавця: максимальна реалізація стратегічних цілей компанії; залучення персоналу в роботу організації та запобігання відпливу кваліфікованих працівників; мінімізація втрат, пов'язаних із хворобами; стимулювання виробничої поведінки; контрольованість витрат на персонал; адміністративна ефективність і простота [8].

Отже, соціальний пакет, включаючи його структуру та розміри, є потужним інструментом впливу на рівень психологічного та фізичного залучення працівника, індивідуальну й організаційну дієвість, а отже, тривалість і успішність трудових відносин між працівником і роботодавцем. Основним напрямом поліпшення кризової ситуації у сфері оплати праці визначено мотивацію праці. Соціальний пакет є мотиваційним інструментом, що інтегрує методи матеріального та нематеріального стимулювання праці. Використання роботодавцями соціального пакета сприяє формуванню в Україні сучасного, конкурентного ринку праці, підвищенню конкурентоспроможності національної робочої сили.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Часовникова Ю. С.

Література: 1. Господарський кодекс України [Електронний ресурс] : Закон України від 16.01.03 № 436-IV. – Режим доступу : http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/436-15/paran380#n380. **2.** Дубяга Г. М. Концептуальні проблеми традиційної системи оплати праці / Г. М. Дубяга // Держава та регіони: економіка та підприємництво. – 2007. – № 3. – С. 274. **3.** Про оплату праці [Електронний ресурс] : Закон України від 24.03.1995 № 108/95-ВР. – Режим доступу : http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/108/95-%D0%B2%D1%80. **4.** Лібанова Е. М. Ринок праці : підручник / Е. М. Лібанова. – Київ : Центр навч. літ., 2003. – 224 с. **5.** Покатаєва О. В. Шляхи вдосконалення системи оплати праці на підприємстві / О. В. Покатаєва // Держава та регіони. Серія : Економіка та підприємництво. – 2010. – № 3. – С. 139–141. **6.** Колот А. М. Мотивація персоналу : підручник / А. М. Колот, С. О. Цимбалюк. – Київ : КНЕУ, 2011. – 397 с. **7.** Винокурова Е. Соціальний пакет: індивідуальний чи універсальний? / Е. Винокурова // Держава та регіони. Серія: Економіка і підприємництво. – 2010. – № 3. – С. 139–141. **8.** Поліщук І. Принципи комплектації соціального пакета компанії / І. Поліщук // Контракти. – 2004. – № 51.

СУТНІСТЬ І ОСОБЛИВОСТІ ОБЛІКОВОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДЕРЖАВНОЇ ПІДТРИМКИ АГРАРНОГО СЕКТОРА ЕКОНОМІКИ

УДК 351.72 :338.43.(477)

Черкашина О. Г.

Студент 3 курсу
факультету обліку і аудиту ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Розглянуто проблеми облікового забезпечення державної підтримки сільського господарства України. Запропоновано шляхи вдосконалення бухгалтерської і фінансової звітності за допомогою впровадження відомчої аграрної статистики, а також посилення контролю за цільовим використанням бюджетних коштів.*

Ключові слова: *державна фінансова підтримка, аграрний сектор, облікове забезпечення.*

Аннотация. *Рассмотрены проблемы учетного обеспечения государственной поддержки сельского хозяйства Украины. Предложены пути совершенствования бухгалтерской и финансовой отчетности с помощью внедрения ведомственной аграрной статистики, а также усиления контроля за целевым использованием бюджетных средств.*

Ключевые слова: *государственная финансовая поддержка, аграрный сектор, учетное обеспечение.*

© Черкашина О. Г., 2015

Annotation. *The problems of registration maintenance of the state support of agriculture in Ukraine. Ways of improving accounting and financial reporting by implementing departmental agricultural statistics, as well as greater control of target use of budgetary funds.*

Keywords: *state financial support, the agricultural sector, accounting software.*

Однією з найважливіших галузей народного господарства є сільське господарство. За допомогою цієї галузі можливим стає забезпечення життєвих потреб населення всієї країни у продовольчих товарах. Доцільним є той факт, що сільське господарство є своєрідною сферою агропромислового комплексу, тому його фінансова підтримка є найважливішою метою держави. В сучасних ринкових умовах, для того щоб сільськогосподарське підприємство працювало і обсяги продукції його зростали, дуже необхідною є підтримка вітчизняного товаровиробника. Але, на жаль, виробники сільськогосподарської продукції не отримують достатнього доходу від реалізації своє продукції, для того щоб забезпечити витрати на виробництво та зберегти землю [1].

Завданням дослідження є: розробка нових методичних підходів стосовно обліку та контролю державної підтримки в галузі сільського господарства, а також пошук шляхів удосконалення бухгалтерського обліку та фінансової звітності відповідно до стандартів Соціальної організації торгівлі (СОТ) та Міжнародних стандартів фінансової звітності (МСФЗ).

Метою статті є визначення напрямів удосконалення облікового таі фінансового забезпечення держпідтримки аграрного сектора.

Дослідженням питання держпідтримки сільського господарства займались такі вчені: І. Ямпольської, В. Крупський, О. Бородіна, І. Кобута, І. Білорус, П. Гайдуцький, М. Дем'яненко, Ф. Ярошенко, Т. Осташко та ін.

На сьогодні в аграрному секторі економіки все ще не створено не тільки організаційного та економічного, а й ефективного правового механізму. Нормативно-правову базу підтримки державою сільських товаровиробників становлять такі законодавчі акти, як: Господарський кодекс України від 26.04.2015 зі змінами та доповненнями, Бюджетний кодекс України від 09.05.2015 зі змінами та доповненнями, Закони України «Про державну підтримку сільського господарства України» від 05.04.2015 зі змінами та доповненнями, «Про основні засади державної аграрної політики на період до 2015 року» від 18.10.2005 зі змінами та доповненнями, а також «Державна цільова програма розвитку українського села на період до 2015 року» від 20.12.2013 зі змінами та доповненнями. У цій сфері діє велика кількість правових актів, і відсутній єдиний нормативний акт, який регулював би більшість питань, пов'язаних із державною підтримкою сільського господарства. Тому, як наслідок, частина правових нормативів або не дотримується, або діє обмежено і викривлено. На цей час у законодавстві не існує поняття держпідтримки сільськогосподарської діяльності. На нашу думку, можна сформулювати таке визначення держпідтримки сільських товаровиробників: це цілеспрямована діяльність держави, що охоплює прийняття відповідних нормативно-правових актів, та наділення повноваженнями органів державної влади стосовно закріплення організаційних, економічно-правових механізмів держпідтримки аграрного сектора, які будуть стимулювати високоякісне виробництво сільськогосподарської продукції та повну продовольчу безпеку населення. Державну підтримку сільського господарства треба здійснювати за такими напрямками: 1) забезпечення повної продовольчої безпеки; 2) надання гарантій суб'єктам, які зайняті господарством залежно від їх специфіки; 3) гарантування аграрним виробникам стимулювання виробництва продукції [2]/

Проблеми у сфері державної підтримки аграрного виробництва такі: 1) недостатнє фінансування та відсутність прямої підтримки заходів аграрного сектора; 2) низька доступність інформації, складний механізм заповнення документів для отримання державної допомоги та непрозорість її отримання; 3) неефективність державних програм на практиці; 4) низький рівень використання державою непрямих заходів підтримки аграрного сектора. Вища освіта не в повному обсязі забезпечує наявність кваліфікованих працівників як у сфері виробництва, так і у сфері органів державного управління, які повинні формувати державну політику у сфері підтримки агропромислового комплексу країни [3].

Хочеться звернути увагу не те, що у наукових роботах менше уваги приділяється розгляду питання методології ведення обліку. Причина цього полягає у тому, що бюджетні витрати на підтримку сільського господарства не розподіляються на окремі об'єкти обліку. Вони є складовими загальних господарських джерел утворення засобів.

Але все ж таки лишається необхідність посилення і навіть перегляду методології ведення бухгалтерського забезпечення держпідтримки виробництва сільськогосподарської продукції. Це ніщо інше, як: 1) надання більш повної облікової інформації управлінню з приводу ефективності держпідтримки щодо програм розвитку; 2) прилаштування міжнародних стандартів ведення бухобліку державної підтримки аграрного сектора до національних особливостей господарювання; 3) встановлення відповідності підходів стосовно відображення держпідтримки в податковому та бухгалтерському обліку.

Впровадження відомчої аграрної статистики є ще одним способом удосконалення методології облікового забезпечення держпідтримки.

Корисним буде нарощувати практичні навички стосовно відповідної методології побудови бухобліку вико-

ристання й отримання бюджетних коштів на сільськогосподарських підприємствах. Та за умови фінансових і організаційних проблем аграрна відомча статистика тільки у майбутньому зможе інформаційно забезпечити галузеве управління.

У цій ситуації очевидним є необхідність удосконалення бухгалтерської звітності в подальшій діяльності, а саме в розділі статистичної форми № 50-сг. За таких обставин важливо узгодити це питання з Міністерством аграрної політики та Державним комітетом статистики України. Удосконалення методології побудови фінансової звітності в розділі відображення фінансової підтримки вітчизняного товаровиробника сільськогосподарської продукції мають відповідати позиціям МСФЗ і національним інституціям щодо цих питань [4].

П(С)БО № 30 «Біологічні активи» – це стандарт, який надає бухгалтерській системі в галузі можливість проявити свою роль і своє місце у процесі прийняття рішень ыз управління, в тому числі з приводу запитань держпідтримки сільського господарства. Першочергова задача методології фінансової звітності полягає у підсиленні «бухгалтерської аргументації» щодо питань держпідтримки села. Для покращення ведення аналітичного обліку рекомендується застосовувати спеціальну відомість до Журналу ордера № 12 с.-г. та відкрити субрахунки до рахунку 48 «Цільове фінансування і цільові надходження». Це такі субрахунки як 481 «Поточні трансферти на підтримку виробництва сільськогосподарської продукції», з аналітичними рахунками: «Підтримка виробництва продукції тваринництва», «Підтримка виробництва продукції рослинництва», «Інша підтримка виробництва». На субрахунку 482 «Капітальні трансферти на підтримку виробництва сільськогосподарської продукції» ведеться аналітичний облік бюджетних коштів на фінансування капітальних витрат. Для того щоб відобразити суми ПДВ, що залишаються у розпорядженні підприємців, відкривається субрахунок 483 «ПДВ-дотації». [5] Контроль ефективності та цільового використанням коштів держпідтримки є можливим за умови застосування відрекомендованих регістрів і субрахунків. На цьому етапі істотною є проблема відсутності цілісної і єдиної методології перевірки, якою б могли користуватися служба внутрішньогосподарського контролю, а також державний контролюючий орган. Тому необхідно встановити об'єкт та суб'єкт здійснення контролю, а також виявити його методологію та методи з приводу використання бюджетних коштів. Аграрна галузь є важливою складовою агропромислового комплексу України. І тому, для того щоб відродити свою аграрну славу у світовому економічному просторі, необхідна чітка та узгоджена методологія обліку та звітності державної фінансової підтримки національного виробника сільськогосподарської продукції. Ці міри мають бути застосовані не лише на галузевому, але й на національному рівнях щодо питання відповідності і підготовки бухгалтерських стандартів.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Пасенко Н. С.

Література: 1. Зінченко Т. В. Державна фінансова підтримка сільського господарства в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://intkonf.org/zinchenko-t-v-derzhavna-finansova-pidtrimka-silskogo-gospodarstva-v-ukrayini/. **2.** Про державну підтримку сільського господарства України [Електронний ресурс] : Закон України від 24.06.2004 № 1877-IV. – Режим доступу : http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1877-15. **3.** Про основні засади державної аграрної політики на період до 2015 року [Електронний ресурс] : Закон України від 18.10.2005 № 2982-15. – Режим доступу : http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/2982-15. **4.** Жук В. М. Теоретико-методологічні засади обліку та контролю підтримки сільського розвитку / В. М. Жук // Економічні науки. – 2011. – Вип. 8 (29). – С. 142–151. **5.** Жук В. М. Концепція розвитку бухгалтерського обліку в аграрному секторі економіки : монографія / В. М. Жук ; ред. О. О. Аврамчук. – Київ : Ін-т аграрної економіки, 2009. – 648 с.

НАПРЯМКИ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ У СФЕРІ ТУРИЗМУ

УДК 338.48

Чернозьомова К. О.

Студент 3 курсу
факультету міжнародних економічних відносин ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Розглянуто інновації в туризмі як розробку та створення нових туристичних маршрутів і проектів із застосуванням досягнень науки, техніки, ІТ-технологій. Упровадження інновацій дозволить прискорити соціально-економічний розвиток і поліпшити туристський імідж країни та регіонів.*

Ключові слова: *інновації, туризм, туристичний бізнес, інноваційний туризм.*

Аннотация. *Рассмотрены инновации в туризме как разработка и создание новых туристических маршрутов и проектов с применением достижений науки, техники, IT-технологий. Внедрение инноваций позволит ускорить социально-экономическое развитие и улучшить туристический имидж страны и регионов.*

Ключевые слова: *инновации, туризм, туристический бизнес, инновационный туризм.*

Annotation. *The author considers innovation in tourism as development creation of new tourist routes, projects by using science, technology, IT-technology. Implementation of innovation will accelerate socio-economic development and improve the country's image and tourist regions..*

Keywords: *innovation, tourism, tourist business, innovation and tourism.*

Туризм як важливий інструмент зміцнення думки про Україну у світі є формуючим елементом різноманітних цінностей і сприяє розвитку привабливості країни, яка є результатом багатовікового культурного обміну, мовного розмаїття і творчості.

Безаперечним є той факт, що економічна та фінансова криза, яка зачипіла економіки всіх країн з 2008 року, справила значний вплив на попит на туристичні послуги [2]. Тому в цей час гостро постає питання про інноваційний підхід у туристської діяльності. Крім того, туризм стає все більш важливим аспектом у житті людей, які все більше подорожують у цілях бізнесу або для відпочинку. Як діяльність, яка повязана із культурною і природною спадщиною, підтримує традиції та сучасну культуру у країні, туризм дає можливість для економічного зростання і сталого розвитку України.

Таким чином, мета статті полягає в узагальненні напрямів інноваційної діяльності у сфері туризму.

Вивченням інноваційних процесів у різних галузях народного господарства займалися багато українських та зарубіжних дослідників. Так, Яремко Л. А. виділяє основні напрями формування національної інноваційної системи: створення сприятливого економічного та правового середовища (створення сприятливого інвестиційного клімату); побудову інноваційної інфраструктури; вдосконалення організаційно-економічного механізму державного сприяння комерціалізації результатів науково-дослідних та експериментальних розробок [1].

Багрова І. В. вважає, що інновація у сфері послуг може бути визначена як: нова концепція сервісу, нові канали зв'язку з клієнтами, нові системи розподілу і технологічні рішення, які найчастіше спільно змінюють пропозицію послуг на ринку, оновлюють функції фірми і вимагають структурно нових організаційних, технологічних і людських можливостей фірми [3].

В Законі України «Про інноваційну діяльність» поняття «інноваційна діяльність в туризмі» трактується як втілення потенційного туристичного проекту в реальність, те, що можна втілити в нових технологіях, інфраструктурах або продуктах [4].

Новіков В. С. підкреслює, що важливим аспектом реалізації інноваційної політики та управління інноваційною діяльністю є розвиток інноваційної інфраструктури [5]. Він визначає, що інноваційна інфраструктура – галузі економіки, науково-технічних знань, обслуговування, які безпосередньо забезпечують розвиток інноваційних процесів у виробництві. Вона включає комплекс інноваційних, інформаційних, консультаційних, обчислювальних, навчальних та інших центрів, інвестиційних, науково-технічних бірж, організаційних і послуг із супроводу всіх специфічних етапів інноваційної діяльності [5].

Шумпетер Й. визначив функціональне призначення інноваційної сфери та інноваційної діяльності як: комерційний аналіз потенційних споживачів інновацій; пошук перспективних ідей, джерел функціонування; організація створення і впровадження нововведення; тиражування; підтримка та утилізація [6].

© Чернозьомова К. О., 2015

Власова І. В. справедливо вважає, шо на впровадження інновацій у туризмі значний вплив мають економічна ситуація у країні, соціальний стан населення, національне законодавство, а також міжурядові та міжнародні угоди. Тому причини появи інновацій у туристській діяльності в кожній країні різні [7].

Проте можна виділити кілька характерних рис: зростання потреби населення у знайомстві зі способом життя в інших регіонах і придбанні нових знань; перенасичення населення багатьма традиційними напрямками поїздок; загострення конкуренції, зростання пропозицій стандартизованих глобальних продуктів; необхідність стримувати виїзд своїх громадян у зони, аналогічні за умовами регіонах своєї країни (природа, культура, клімат); гармонійне поєднання привабливих умов відпочинку і подорожей (природних і культурних особливостей, можливостей проведення дозвілля, придбання специфічних товарів і спеціальних туристських послуг) для повного задоволення потреб найвибагливіших туристів; технологічна революція і експансія послуг в економіці; перехід від економіки пропозиції до економіки попиту.

За думкою С. Кузнеця, інноваційна діяльність розвивається за трьома напрямками:

1. Впровадження нововведень (організаційні інновації), пов'язаних із розвитком підприємства і туристського бізнесу, в систему і структуру управління, включаючи реорганізацію, укрупнення, поглинання конкуруючих суб'єктів на основі новітньої техніки і передових технологій.

2. Маркетингові інновації, що дозволяють охоплювати потреби цільових споживачів або залучати не охоплених на певний період часу клієнтів.

3. Періодичні нововведення (продуктові інновації), що спрямовані на зміну споживчих властивостей туристського продукту, його позиціонування і дають конкурентні переваги [8].

Таким чином, поява сучасних засобів інформації та зв'язку справляє глибокий вплив на суспільне виробництво і побут людей.

Сучасну туристську діяльність і роботу туристських фірм не можна уявити без Internet. Цю думку ретельно викладено в статті Жосану В., а саме: сучасна аудіо- та відеотехніка суттєво змінили технологію менеджменту, наприклад, управління переводиться в режим реального часу. Таким чином, відбувається інтеграція інформаційних суспільних інструментів і послуг у всіх видах туристичної діяльності, зокрема здійснювані малими підприємствами. Їх використання державними та приватними туроператорами, особливо малими та середніми підприємствами посилюються і проявляються у підвищенні обізнаності та партнерських ініціативах, а також належному використанні різних національних і європейських програм [9].

Окремо автори пов'язують гостинність і сферу туризму. Так, Мініч М. Н виокремлює основні напрями інноваційної діяльності у сфері туризму та гостинності [10]: випуск нових видів туристського продукту, ресторанного продукту, готельних послуг, використання нової техніки і технології у виробництві традиційних продуктів; використання нових туристських ресурсів, що раніше не використовувалися (унікальний приклад – подорожі туристів на космічних кораблях); зміни в організації виробництва і споживання традиційного туристського, ресторанного продукту, готельних послуг; новий маркетинг, новий менеджмент; виявлення і використання нових ринків збуту продукції (готельні та ресторанні ланцюги).

Отже, аналіз напрямів інноваційної діяльності свідчить про те, що саме впровадження нових та вдосконалення застарілих туристичних продуктів дозволяє приваблювати якомога більше споживачів.

Результатом інноваційної діяльності у сфері туризму є створення нового або заміна наявного продукту, вдосконалення транспортних, готельних та інших послуг, освоєння нових ринків, упровадження передових інформаційних і телекомунікаційних технологій і сучасних форм організаційно-управлінської діяльності. Таким чином, інновації та нові інформаційні технології стають визначальними факторами для конкурентоспроможності індустрії туризму та активізації обмінів із іншими секторами економіки, зв'язаних із ними.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Наумік К. Г.

Література: 1. Яремко Л. А. Національна інноваційна система та її формування в Україні [Електронний ресурс] / Л. А. Яремко. – Режим доступу : http://dipplus.com.ua/bezkoshtovn-materali-vdkriti/news_post/naconalnannovacyna-sistema-ta--struktura. **2.** Вплив світової фінансово-економічної кризи на ринок туристичних послуг [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://ua-referat.com/. **3.** Багрова І. В. Національна інноваційна система України: характеристика та проблеми становлення / І. В. Багрова // Вісник Дніпропетровської державної фінансової академії. – 2010. – № 2 (24). – С. 81–90. **4.** Про інноваційну діяльність [Електронний ресурс] : Закон України від 04.07.2002 № 40-IV. – Режим доступу : http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/40-15. **5.** Новіков В. С. Інновації в туризмі [Електронний ресурс] / В. С. Новіков. – Режим доступу : http://infotour.in.ua/novikov.htm. **6.** Шумпетер Й. Теория инновационного развития [Електронний ресурс] / Й. Шумпетер. – Режим доступу : http://iee.org.ua/ua/great_scientist/2/. **7.** Власова І. В. «Термін та поняття інноваційної діяльності [Електронний ресурс] / І. В. Власова // Ефективна економіка. – Режим доступу : http://mydisser.com/ua/catalog/view/10606.html. **8.** Кузнець С. А.

Становлення та сучасні тенденції розвитку інноваційних теорій. Революційне виникнення інновацій [Електронний ресурс] / С. А. Кузнець. – Режим доступу : http://studopedia.net/12_8594_evolyutsiya-rozvitku-teoriy-innovatsiynoi-diyalnosti.html. **9.** Жосану В. А. Инновации в туризме [Електронній ресурс] / В. А. Жосану. – Режим доступу : http://tourlib.net/statti_tourism/zhosanu.htm. **10.** Мініч М. Н. Основні підходи до оцінки соціально-економічної ефективності інновацій у сфері гостинності [Електронній ресурс] / М. Н. Мініч. – Режим доступу : http://tourlib.net/statti_ukr/minich.htm.

БЕНЧМАРКІНГ ЯК ІНСТРУМЕНТ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

УДК 005.332.4

Чирченко О. А.

Студент 5 курсу
факультету обліку і аудиту ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Узагальнено теоретичні та методичні підходи з оцінювання конкурентоспроможності на основі принципів бенчмаркінгу. Висвітлено питання можливості застосування бенчмаркінгу для вдосконалення діяльності підприємства, зокрема поліпшення процесу оцінювання його конкурентоспроможності.*

Ключові слова: *бенчмаркінг, підприємство, конкурентоспроможність, управління, маркетинг.*

Аннотация. *Обобщены теоретические и методические подходы по оцениванию конкурентоспособности на основе принципов бенчмаркинга. Освещены вопросы возможности применения бенчмаркинга для совершенствования деятельности предприятия, в частности улучшение процесса оценивания его конкурентоспособности.*

Ключевые слова: *бенчмаркинг, предприятие, конкурентоспособность, маркетинг.*

Annotation. *The purpose of article is generalization of theoretical and methodical approaches on evaluation of enterprises' competitiveness on the basis of benchmarking. The article covers the problems of using benchmarking for improvement of enterprise's activity, in particular for improvement of competitiveness' process evaluation.*

Keywords: *benchmarking, an enterprise, competitive ability, management, marketing.*

Постановка проблеми. Розвиток підприємства залежить від процесу глобалізації світової економіки, що, у свою чергу, зумовлює посилення конкуренції між суб'єктами господарювання. Єдина мета для всіх підприємств – це максимізувати свої можливості та отримати необхідний прибуток і залишитися конкурентоспроможним. Щоб бути на крок попереду в умовах конкурентної боротьби, треба завжди аналізувати і досліджувати сильні та слабкі сторони власної діяльності та діяльності конкурентів. Тому постає питання управління конкурентоспроможністю підприємства для здобуття конкурентних переваг.

Одним із найбільш сучасних та перспективних інструментів конкурентного аналізу та стратегічного планування є бенчмаркінг. У провідних країнах світу цей метод є дуже популярним, і на сьогодні в Україні такого роду дослідження є вкрай необхідними. Тому тема бенчмаркінгу як складова успішного розвитку бізнесу є актуальною.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Вагомий внесок у розвиток концепції та методології бенчмаркінгу здійснили зарубіжні і вітчизняні вчені, зокрема: Р. Венетуччі [1, с. 32], С. Кук [2, с. 121], Н. Козак [3, с. 17], Л. Савицька [4, с. 25] та ін.

Мета дослідження – висвітлення сутності бенчмаркінгу як інструменту визначення конкурентоспроможності підприємства, розкриття методики його здійснення і можливості застосування на вітчизняних підприємствах.

Виклад основного матеріалу. Поняття "бенчмаркінг" вперше з'явилося в 1972 році в Інституті стратегічного планування Кембриджу під час дослідницької діяльності консалтингової групи PIMS. Тоді був сформульований

© Чирченко О. А., 2015

основний принцип бенчмаркінгу: "для того щоб знайти ефективне рішення у сфері конкуренції, необхідно знати кращий досвід інших підприємств, які досягли успіху у подібних умовах" [2, с. 161].

Класичним терміном бенчмаркінгу є його визначення Р. Венетуччі: «Бенчмаркінг – спосіб оцінки стратегій і цілей роботи порівняно з першокласними підприємствами, для того щоб гарантувати довгострокове перебування на ринку» [1, с. 33].

Бенчмаркінг означає діяльність, за допомогою якої фірма вивчає "кращу" продукцію і маркетинговий процес, що використовується прямими конкурентами і фірмами, які працюють в інших подібних галузях, для виявлення компанією можливих способів вдосконалення її власних методів.

Бенчмаркінг може здатися схожим на конкурентний аналіз, хоча насправді він є більш деталізованим, формалізованим і упорядкованим, ніж підхід конкурентного аналізу. Сутність сьогоднішнього трактування бенчмаркінгу полягає у безупинному систематичному пошуку і впровадженні найкращих практик, що приведуть організацію до більш досконалої форми [5, с. 55].

Проведення бенчмаркінгу поділяється на декілька етапів. Різні автори виділяють різну їх кількість, найбільш вживаними є думки таких учених: Аакер Д., Ватсон Г., Роік Т., які виділяють такі етапи:

1. Визначення об'єкта бенчмаркінгу:

– проводиться оцінка ефективності діяльності підприємства;

– визначаються елементи структури організації, які функціонують неефективно;

– визначаються основні фактори, які впливають на результат діяльності фірми; встановлюються потреби підприємства у змінах, удосконаленнях;

– визначається глибина бенчмаркінгу та характер необхідної інформації.

2. Вибір «цільової компанії»:

– вибір спрямованості (зовнішній чи внутрішній) – від цього залежить, до досвіду якого роду компаній необхідно звертатися: до конкурентів чи до «непрофільних» організацій;

– пошук налагодження контактів із еталонними підприємствами;

– формулювання критеріїв, за якими буде відбуватись оцінка та аналіз.

3. Збір та аналіз інформації:

– збір первинних і вторинних даних (джерела інформації: публічна звітність, надруковані статті та інтерв'ю, колишні співпрацівники, менш розповсюджені – відкритий обмін даними між підприємствами);

– всебічна перевірка, оцінка та аналіз отриманої інформації;

– виявлення причин свого відставання;

– визначення напрямків, досвід яких може бути позиченим.

4. Адаптація та впровадження новацій:

– розробка і тестування програми адаптації чужого досвіду;

– підготовка та затвердження плану впровадження;

– визначення та введення в курс справи кола зацікавлених і відповідальних осіб;

– поетапне впровадження нової методики;

– здійснення супроводження, контролю та корекції процесу змін [3, с. 19; 6, с. 30; 7, с. 66].

У світовій практиці вважається, що найкращий результат застосування бенчмаркінгу досягається, коли підприємство запрошує команду консультантів для здійснення або супроводження проекту, реалізованого працівниками підприємства. Залучення консультантів доцільно, тому що:

– вони приносять інформацію та кращі методики інших підприємств;

– консультант може діяти як сполучена ланка між працівниками підприємства, його лідерами, клієнтами та постачальниками;

– вони об'єктивні до внутрішньої політики, володіють теоретичними основами концепцій процесів і практичного досвіду застосування їх на практиці [5, с. 58; 7, с. 65].

Метою бенчмаркетингового підходу є запозичення успішного досвіду інших підприємств. Діяльність організації спрямована на здобуття цінностей у робітників, підвищення рівня кваліфікації та власного потенціалу, – це є рушійною силою розвитку підприємства. Внаслідок чого підприємство може підвищити та закріпити місце в конкурентному середовищі. Можна стверджувати, що завдяки позитивному впливу від проведення бенчмаркінгу, ймовірно, що ефект від його проведення компенсує можливі недоліки та проблеми (табл. 1).

Таблиця 1

Основні переваги та недоліки бенчмаркінгу [1, с. 34; 4, с. 27]

Бенчмаркінг	
Переваги	**Недоліки**
Оцінка глобальних трендів розвитку галузі на 7–10 років	Зниження уваги до обслуговування і задоволення клієнтів
Вибір перспективної ніші для бізнесу	Неузгодженість
Навчання власного управлінського резерву	Відсутність основи для проведення бенчмаркінгу
Розробка ефективних моделей управління	Недостатня кількість фахівців
Вибір орієнтирів для розробки кадрової політики компанії	Обмеження в доступі до інформації
Ефективний розподіл фінансів у проектах	Складність керування процесом
Поліпшення власного бізнесу	Недостатньо повне обстеження конкурентного підприємства
Одержання стратегічної переваги	

Таким чином, бенчмаркінг дає можливість виявляти найкращі методи роботи інших компаній, оскільки за основу береться порівняння діяльності підприємств – гігімонів конкретних галузей, та дає змогу збільшити прибуток і сформувати перспективні шляхи діяльності підприємства.

На сьогодні бенчмаркінг здобуває статус глобального й розглядається як інструмент міжнародного обміну бізнес-інформацією. Це спричинено тим, що з'являються організації, які спеціалізуються на пошуку партнерів для еталонного порівняння – «індустріальне бюро знайомств» [9, с. 128]. Україна ще не адаптована до цього явища, оскільки бенчмаркінг розглядається лише з боку промислового шпигунства, в той час коли зарубіжні підприємства вкладають кошти в перспективу та спеціалістів, оскільки це запорука вдалого бізнесу великих підприємств.

Підсумовуючи всі факти, можна сказати, що бенчмаркінг – це цільовий інструмент пошуку стратегій підприємства, заснований на вивченні чужого досвіду, який не містить таємниці.

Висновок. Бенчмаркінг є пріоритетною знахідкою для підприємств, особливо при виникненні проблем у внутрішній діяльності підприємства, а також це невід'ємний елемент управління компанією. Особливе значення він має в управлінні якістю, відстежує новітні тенденції у виробництві товарів та наданні послуг. Бенчмаркінговий аналіз забезпечує збільшення прибутку й економічність у всіх сферах діяльності, а також задовольняє потреби споживачів. Більш того, цей інструмент дає компаніям, які його використовують, можливість безпосередньо вивчити кращий досвід інших компаній, оскільки передбачає співпрацю між компанією-ініціатором та компанією-партнером із бенчмаркінгу. На жаль, більш широкому застосуванню бенчмаркінгу в Україні, незважаючи на всі його переваги для організацій, заважає зайва закритість організацій внаслідок несумлінного використання конфіденційної інформації. В українському бізнесі повинна сформуватися певна культура, яка передбачає відкритість, етичність, чесність для найбільш ефективного використання цього інструмента управління якістю.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Писарчук О. В.

Література: 1. Venetucci R. Benchmarking: a Reality Check for Strategy and Performance Objectives / R. Venetucci // Production and Inventory Management Journal. – Vol. 33. – No. 4. – Pp. 32–36. **2.** Cook S. Practical Benchmarking. A manager's guide to creating a competitive advantage / Cook Sarah. – 1995. – 187 p. **3.** Козак Н. Бенчмаркинг как инструмент повышения конкурентоспособности компании / Н. Козак // Рынок капитала. – 2000. – № 1–2. – С. 17–21. **4.** Савицкая Л. Бенчмаркинг или как достичь желаемого / Л. Савицкая // Управление компанией. – 2003. – № 9. – С. 25–32. **5.** Стельмах М. Бенчмаркінг як інструмент визначення конкурентоспроможності підприємства / М. Стельмах, Т. Сорока // Вісник ТНЕУ. – 2007. – № 1. – С. 53–61. **6.** Вишинська Т. Бенчмаркінг в Україні: психологічний аспект / Т. Вишинська // Практика продаж. – 2005. – № 3. – С. 28–31. **7.** Роик Т. Умение видеть лучшее / Т. Роик // Инвестгазета. – 2006. – № 6. – С. 65–66. **8.** Прус Л. Бенчмаркінг як інструмент управління конкурентоспроможністю / Л. Прус // СХІД. – 2005. – № 4. – С. 33–37. **9.** Тіхонов Ю. Бенчмарікнг і бізнес-розвідка як складові успішного розвитку бізнесу / Ю. Тіхонов // Актуальні проблеми економіки. – 2007. – № 9. – С. 126–132.

БУХГАЛТЕРСЬКИЙ ОБЛІК І АНАЛІЗ ДЕБІТОРСЬКОЇ ЗАБОРГОВАНОСТІ

УДК 657.422

Шаповалов М. В.

Студент 3 курсу
факультету економіки і права ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Розглянуто явище дебіторської заборгованості; проаналізовано динаміку її зростання серед українських підприємств; приведено класифікацію поточної дебіторської заборгованості залежно від реальності погашення; розглянуто різні методики аналізу та оцінки дебіторської заборгованості, також приведено можливі шляхи рефінансування боргу.*

Ключові слова: *дебіторська заборгованість, динаміка зростання, мінімізація ризику, оцінка заборгованості, дебітор.*

Аннотация. *Рассмотрено явление дебиторской задолженности; проанализирована динамика ее роста среди украинских предприятий; приведена классификация текущей дебиторской задолженности в зависимости от реальности погашения; рассмотрены различные методики анализа и оценки дебиторской задолженности, также приведены возможные пути рефинансирования долга.*

Ключевые слова: *дебиторская задолженность, динамика роста, минимизация риска, оценка задолженности, дебитор.*

Annotation. *The article deals with the phenomenon of receivables. It analyzes the dynamics of growth of Ukrainian enterprises and shows the classification of receivables according to the reality of redemption. It also reviewed various methods of analysis and assessment of receivables and presented possible ways to refinance debt.*

Keywords: *accounts receivable, steady growth, minimizing risk, assessment debt, debtor.*

Потреба в удосконаленні питання обліку дебіторської заборгованості нині має вагоме значення, бо в останні роки цей аспект ресурсів підприємства збільшив свою частку серед загальної структури активів. Це є наслідком порушення ланцюгового зв'язку в питанні трансформації дебіторської заборгованості у грошові засоби, яка, у свою чергу, спричиняє зниження рівня платоспроможності підприємств.

Увагу дослідженню такого активу, як дебіторська заборгованість, приділяли вітчизняні та закордонні вчені-економісти, серед яких варто виділити М. М. Крейніна, Л. О. Лігоненко, І. А. Бланк, В. В. Ковальов, Л. А. Лахтіонова та ін.

Метою написання статті є діагностика ситуації, що склалась на цей час у питаннях дебіторської заборгованості, та розробка рекомендацій стосовно вирішення поточних проблем, пов'язаних із дебіторською заборгованістю.

Нормативно-правова база України визначає дебіторську заборгованість як суму заборгованості дебіторів підприємству на певну дату [1]. Дебіторами, в свою чергу, називають юридичних та фізичних осіб, які внаслідок минулих подій заборгували підприємству певні суми грошових коштів, їх еквівалентів або інших активів [1].

Оцінка дебіторської заборгованості нині є важливим питанням для великої кількості вітчизняних суб'єктів господарювання. В цілому оцінка – це спосіб вираження за допомогою грошового показника наявності та руху ресурсів підприємства [2].

Чітка та об'єктивна оцінка дебіторської заборгованості є одним із чинників того, що у підсумку підприємство матиме точну інформацію щодо власних можливостей. Якщо звернутися до статистичних даних, то в України можна побачити таку ситуацію стосовно наявності дебіторської заборгованості [3]:

В цілому варто зазначити, що показник дебіторської заборгованості в останні кілька років мав чітку динаміку зростання.

Дебіторська заборгованість залежно від часової характеристики може бути поточною або довгостроковою. Якщо йдеться про поточну, то в цьому аспекті варто вказати, що заборгованість класифікується за трьома напрямами [4]:

1) дебіторська заборгованість, за якою існує впевненість у погашенні її боржником;

2) дебіторська заборгованість, за якою існує невпевненість у погашенні її боржником;

3) дебіторська заборгованість, за якою немає впевненості у погашенні її боржником або закінчився строк позовної давності.

© Шаповалов М. В., 2015

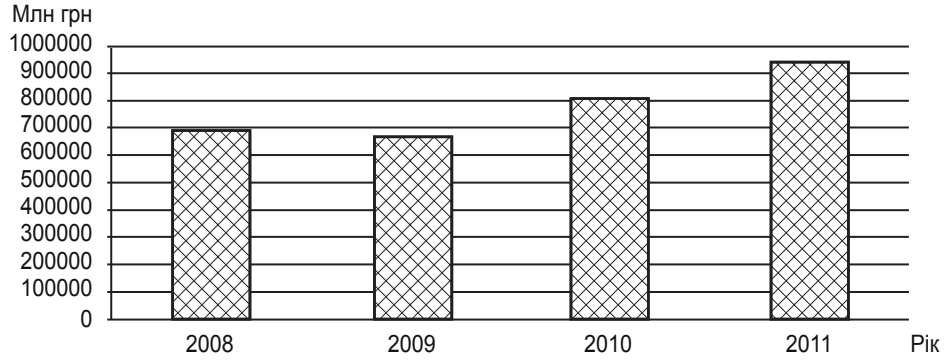


Рис. 1. **Дебіторська заборгованість підприємств в Україні за 2008–2011 рр.**

У зв'язку із загрозою непогашення виникає необхідність детально аналізувати дебіторську заборгованість. Для цього необхідно приділити увагу деяким основним питанням. По-перше, варто оцінювати в динаміці загальну суму накопиченої заборгованості. Це можна робити за допомогою даних із форми фінансової звітності № 1, а саме балансу (звіту про фінансовий стан підприємства), в якому можна переглянути інформацію на кінець кожного місяця та на початок року. По-друге, обсяг обігу цього виду ресурсів підприємства можна оцінити завдяки співвідношенню реалізованої продукції до дебіторської заборгованості. По-третє, загальна сума всієї заборгованості, яка вже стала простроченою, дасть інформацію щодо обсягів потенційного ризику неповернення цих коштів від дебітора.

Варто зазначити, що процес аналітичної обробки даних стосовно дебіторської заборгованості можна поділити на декілька різних за масштабами охоплення операцій. Спочатку, як зазначено вище, необхідно проаналізувати загальний показник дебіторської заборгованості та зробити проміжні висновки стосовно ситуації, що склалася на момент проведення оцінки й аналізу. Далі необхідно виробити конкретний план дій стосовно кожного з дебіторів і вже аналізувати інформацію за певними критеріями (територіальне розташування, асортимент продукції тощо). Після цього необхідно проводити аналіз та оцінку обсягів заборгованості по кожному з клієнтів.

Для мінімізації виникнення ситуації неплатежу варто обов'язково оцінювати платоспроможність кожного зі своїх клієнтів. У випадку ж якщо ризик неповернення коштів зростає, варто вживати заходів іншого спрямування. Такі як, наприклад, припинення відправки товарів дебітору, письмові повідомлення стосовно вимог повернення боргу або за необхідності звернення до судових органів з метою повернення коштів.

Крім цього, можна використати декілька форм рефінансування дебіторської заборгованості, а саме:

1) факторинг;

2) форфейтинг;

3) облік векселів.

Тепер варто зупинитися на кожній формі детальніше. Перший спосіб називається факторингом. Факторинг – це ризикований, але високоприбутковий бізнес. Факторинг вважають одним із найефективніших інструментів фінансового маркетингу. Це одна з форм банківських операцій, що найкраще адаптована до теперішніх процесів розвитку економіки. Але, незважаючи на те, що факторингові операції можна вважати також одним із ключових інструментів управління дебіторською заборгованістю, обмеженість у використанні цього виду рефінансування обумовлена високою ризикованістю. Зрозуміло, що цей аспект стримує банки у питанні використання цього перспективного напрямку отримання додаткових доходів. Цей спосіб рефінансування побудований на діяльності з умовою відстрочки майбутніх платежів. За його допомоги підприємство має змогу тримати визначений контингент клієнтів, але в Україні цей вид рефінансування ще не на високому рівні розвитку.

Другий спосіб – це форфейтинг. Форфейтинг – це операція придбання у кредитора боргу на умовах неповернення. Це визначення несе в собі те, що покупець боргу, який називається форфейтером, бере на себе відповідне зобов'язання стосовно відмови від звернення на кшталт регресивної вимоги до кредитора за умови неможливості одержання грошей від боржника. Це оборотне зобов'язання, як правило, придбають зі знижкою. Отже, під форфейтингом розуміють продаж форфейтеру фінансових обов'язків боржника. Усього виділяють декілька основних переваг від форфейтингу [5]:

1) форфейтер бере всі ризики на себе;

2) існує вторинний ринок форфейтингових цінних паперів, де борг можна продати;

3) борг можна ділити і кожну частину боргу можна оформити окремим векселем. Це зручно, бо у разі виникнення потреби у фінансових ресурсах можна продати не весь борг, а тільки його частину;

4) форфейтинг передбачає гнучкий графік платежів, у тому числі можливість надання пільгового періоду;

5) тривалий термін розстрочки для багатьох видів устаткування (до 7 років і більше);

6) можливість роботи з державними та муніципальними структурами, а так само фінансування під їх гарантії тощо.

Третім способом є облік векселів. У такому випадку підприємство продає вексель до банку, сплачуючи при цьому певний відсоток за послугу. Банки, як правило, у цій ситуації приймають векселі, що містять зобов'язання відомих підприємств та фірм, чия платоспроможність не викликає ніяких сумнівів (векселя від таких юридичних осіб називають першокласними), за інших випадків можна передбачити декілька інші варіанти розвитку ситуації.

Варто зазначити, що інструменти рефінансування дебіторської заборгованості дозволяють підприємству прискорити конверсію дебіторської заборгованості у грошові активи, а отже, підприємство не тільки повертає кошти, інвестовані в дебіторську заборгованість, але і, передаючи дебіторську заборгованість третім особам, отримує можливість управляти якістю цього активу [6].

Таким чином, наявність великої кількості дебіторської заборгованості може спричинити ланцюгову реакцію, негативні наслідки якої будуть відчутними на теренах усієї держави, тому у статті підприємствам пропонується мінімізувати власні ризики стосовно неповернення дебіторської заборгованості, обравши один із наведених шляхів від побудови партнерських відносин із клієнтами до різних форм рефінансування дебіторської заборгованості. В цілому тема дослідження залишається актуальною та потребує подальшого вивчення.

Науковий керівник – старший викладач Андрющенко В. О.

Література: 1. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку № 10 [Електронний ресурс] : Наказ Міністерства фінансів від 09.08.2013 підстава z1242-13. – Режим доступу : http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/z0725-99. **2.** Серикова Т. Н. Бухгалтерский учет : учеб. пособие / Т. Н. Серикова, В. И. Отенко, В. Д. Поникаров та ін. – Харьков : ИД «ИНЖЭК», 2011. – 328 с. **3.** Державний комітет статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://ukrstat.gov.ua/. **4.** Бухгалтерський фінансовий облік: теорія та практика : навч.-практ. посіб. / Н. І. Верхоглядова, В. П. Шило, С. Б. Ільїна та ін. – Київ : Центр учб. літ., 2010. – 536 с. **5.** Profmeter: консалтинг та навчання [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://profmeter.com.ua. **6.** Лищенко О. Г. Аналіз дебіторської заборгованості в системі управління підприємством / О. Г. Лищенко, Г. М. Бескоста // Фінанси України. – 2009. – № 5. – С. 20–24.

ГАРАНТИЙНЫЙ РЕМОНТ И ОБМЕН НА ПРЕДПРИЯТИЯХ ТОРГОВЛИ

УДК 338.585:339

Широносова А. О.

Студент 3 курса
факультета учета и аудита ХНЭУ им. С. Кузнеца

Аннотация. *Изучена экономическая сущность понятий «гарантийный срок» и «гарантийное обслуживание». Рассмотрены виды и определен порядок исчисления гарантийных сроков отдельных видов товаров. Представлены особенности бухгалтерского учета при отражении операций по исполнению гарантийных обязательств предприятия.*

Ключевые слова: *гарантийный срок, гарантийный ремонт, гарантийное обслуживание, потребитель, продавец.*

Анотація. *Вивчено економічну сутність понять «гарантійний термін» і «гарантійне обслуговування». Розглянуто види та визначено порядок обчислення гарантійних термінів окремих видів товарів. Наве-*

© Широносова А. О., 2015

дено особливості бухгалтерського обліку під час відображення операцій із виконання гарантійних зобов'язань підприємства.

Ключові слова: *гарантійний термін, гарантійний ремонт, гарантійне обслуговування, споживач, продавець.*

Annotation. *Studied the economic essence of the concepts of the warranty period and warranty service. The types and the procedure for calculating the warranty terms of certain goods. The features of accounting at the reflection of the operations to perform the guarantee obligations of the enterprise.*

Keywords: *warranty period, warranty repair, warranty service, consumer, seller.*

Защите прав потребителей в Украине уделяется особое внимание, поскольку, несмотря на современное развитие производства в торговле, все чаще встречается продукция ненадлежащего качества. Статья посвящена исследованию проблемы определения и практического применения гарантийных сроков на предприятиях, вступающих в отношения розничной купли-продажи товаров, работ, услуг.

Значительный вклад в развитие теоретических и практических аспектов учета текущих обязательств внесли отечественные ученые-экономисты: Н. О. Гура, А. Г. Загородный, Н. Н. Грабова, В. Н. Добровский.

Целью статьи является исследование сущности гарантийных сроков и гарантийного обслуживания, а также определение особенностей их учета.

Согласно ч. 1 ст. 4 Закона Украины «Про защиту прав потребителей» от 12.05.91 № 1023-XII с изменениями и дополнениями потребитель во время приобретения продукции, которая реализуется на территории Украины, для удовлетворения личных потребностей имеют право на ее безопасность, соответствующее качество, а также на компенсацию имущественного и морального ущерба, причиненного вследствие недостатков продукции. Продавец в свою очередь обязуется передать покупателю в пользование продукцию надлежащего качества и предоставить информацию про нее [1].

Также ч. 1 ст. 7 Закона Украины «Про защиту прав потребителей» от 12.05.91 № 1023-XII с изменениями и дополнениями определены гарантийные обязательства производителя, в соответствии с которыми он обеспечивает соответствующую работу продукции, в том числе комплектующих изделий, на протяжении гарантийного срока, установленного нормативно-правовыми актами, нормативными документами или договором.

Гарантийный срок можно определить как срок (установленный законодательством, а в случае его отсутствия – договором), на протяжении которого производитель (продавец, исполнитель) должен обеспечить потребителю возможность использования приобретенного товара по назначению, а в случае обнаружения на протяжении этого срока недостатков – удовлетворить требования потребителя, предусмотренные законом. Гарантийные сроки на комплектующие изделия не должны быть меньше, чем гарантийный срок на основное изделие, если иное не предусмотрено законодательством или договором.

Гарантийное обслуживание заключается в том, что производитель (продавец, исполнитель) обязуется на протяжении срока бесплатно исполнять работу по техническому обслуживанию, а также устранению существенных недостатков проданного товара.

Срок, на протяжении которого будет осуществляться такое обслуживание, должен указываться в паспорте на товар (услугу, работу), либо на его этикетке, либо в любом другом документе, прилагающемся к товару.

Законом не определены товары, на которые в обязательном порядке должны устанавливаться гарантийные сроки. Но, как правило, гарантии предоставляются на всю бытовую электронную и другую сложную бытовую технику.

Гарантийный срок исчисляется со дня розничной продажи. Однако постановлением Кабинета Министров Украины от 19.03.1994 № 172 «Про реализацию отдельных положений Закона Украины «Про защиту прав потребителей» на сезонные товары (одежда, обувь, меховые изделия и т.д.) гарантийный срок устанавливается с начала соответствующего сезона (табл. 1) [2].

При продаже товаров по образцам, почтой, а также в случаях, когда время составления договора купли-продажи и время передачи товара потребителю не совпадают, гарантийные сроки исчисляются со дня доставки товара, в случае если товар требует специальной установки или подключения – со дня их осуществления. Если день доставки, установки или подключения товара, а также передачи недвижимого имущества установить невозможно или если имущество находится у потребителя со дня составления договора купли-продажи, гарантийные сроки исчисляются со для составления договора купли-продажи.

При исполнении гарантийных ремонтов гарантийный срок увеличивается на время пребывания товара в ремонте. Установленное время исчисляется ото дня, когда потребитель обратился с требованием про устранение недостатков.

Таблица 1

Гарантийные сроки сезонных товаров

Одежда, меховые изделия и прочие изделия:	
Весенне-летнего ассортимента	с 1 апреля по 1 октября
Осенне-зимнего ассортимента	с 1 октября по 1 апреля
Обувь:	
Зимний ассортимент	с 15 ноября по 15 марта
Весенне-осенний ассортимент	с 15 марта по 15 мая
	с 15 сентября по 15 ноября
Летний ассортимент	с 15 мая по 15 сентября

В случае обнаружения на протяжении установленного гарантийного срока существенных недостатков, возникших по вине производителя, потребитель имеет право требовать замены товара на такой же либо на аналогичный из тех, которые есть в наличии у продавца.

Требование потребителя о замене товара подлежит немедленному удовлетворению в случае наличия товара. Если же возникает необходимость в проверке качества – на протяжении четырнадцати дней или по договоренности сторон.

В случае отсутствия товара требование потребителя про его замену подлежит удовлетворению в двухмесячный срок с момента подачи соответствующего заявления.

За каждый день задержки удовлетворения требования по предоставлению потребителю товара аналогичной марки и за каждый день задержки устранения недостатков свыше установленного срока (четырнадцать дней) продавец уплачивает неустойку в размере одного процента от стоимости товара.

При обмене товара его гарантийный срок исчисляется по новой, со дня обмена.

Одной из особенностей учета при отражении операций по исполнению гарантийных обязательств является создание предприятиями-поставщиками товаров резерва (обеспечения) для компенсации будущих операционных расходов на исполнение гарантийных обязательств [3].

Для учета такого резерва предусмотрен субсчет 473 «Обеспечение гарантийных обязательств», на котором ведется учет движения и остатков средств, зарезервированных для обеспечения будущих расходов на проведение гарантийных ремонтов реализованной продукции. По кредиту субсчета 473 отражаются суммы начисленных резервов в корреспонденции со счетами соответствующих видов расходов, а по дебету – расходование этого резерва на гарантийное обслуживание в корреспонденции со счетами учета запасов и расчетов.

Типовая корреспонденция счетов по созданию и расходованию резерва гарантийных обязательств представлена в табл. 2.

В случае замены ранее реализованных товаров их возврат отражается по дебету субсчета 704 «Вычеты из дохода». По кредиту данного субсчета происходит списание дебетового оборота на счет 79 «Финансовые результаты».

Таблица 2

Типовая корреспонденция счетов по созданию и расходованию резерва гарантийных обязательств

Содержание хозяйственной операции	Дебет	Кредит
Отражено начисление резерва на гарантийный ремонт реализованной продукции	93	473
Использованы запасы для гарантийного ремонта	473	20
Отражены расходы на оплату услуг третьих лиц при осуществлении гарантийного ремонта	473	631,685
Начисление заработной платы работникам, осуществляющим гарантийный ремонт	473	661
Начисление ЕСВ на заработную плату работников, осуществляющих гарантийный ремонт	473	651

На предприятиях, которые имеют собственные сервисные центры, занимающиеся гарантийным ремонтом, учет расходов на содержание таких центров ведется на счете 23 «Производство».

Типовая корреспонденция счетов по осуществлению гарантийного ремонта сервисным центром, который принадлежит предприятию, представлена в табл. 3.

Таблица 3

Типовая корреспонденция счетов по осуществлению гарантийного ремонта сервисным центром, который принадлежит предприятию

Содержание хозяйственной операции	Дебет	Кредит
Принят от покупателя товар на гарантийный ремонт	023	-
Отражение использованных при осуществлении гарантийного ремонта товаров	23	20, 22, 25
Начисление заработной платы работникам, осуществляющим гарантийный ремонт	23	661
Начисление ЕСВ на заработную плату работников, осуществляющих гарантийный ремонт	23	651
Отражены расходы на оплату услуг третьих лиц при осуществлении гарантийного ремонта	23	631,685
Начислена амортизация основных средств, задействованных в осуществлении гарантийного ремонта	23	131
Возврат товара покупателю после окончания гарантийного ремонта	-	023
Списание расходов по осуществлению гарантийного ремонта на счет резерва	473	23

Таким образом, можно сделать вывод, что практически у каждого предприятия розничной торговли возникают гарантийные обязательства перед потребителями, поскольку законодательством Украины определено право покупателей на получение товаров (услуг, работ) надлежащего качества. При осуществлении гарантийных обязательств предприятие может осуществлять гарантийный ремонт, гарантийное обслуживание, замену окончательно забракованного товара. Правила организации и осуществления таких мероприятий регламентировано рядом законодательных и нормативных актов Украины.

Научный руководитель – канд. экон. наук, доцент Пасенко Н. С.

Литература: 1. Про захист прав споживачів [Электронный ресурс] : Закон України від 12.05.1991 № 1023-XII. – Режим доступа : http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1023-12. **2.** Про затвердження Порядку гарантійного ремонту (обслуговування) або гарантійної заміни технічно складних побутових товарів [Электронный ресурс] : Закон України від 11.04.2002 № 506. – Режим доступа : http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/506-2002-%D0%BF. **3.** Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 11 «Зобов'язання» [Электронный ресурс] : Наказ Міністерства фінансів України від 31.01.2000 № 20. – Режим доступа : http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/z0085-00.

ОСОБЛИВОСТІ ДЕПОЗИТНИХ ОПЕРАЦІЙ КОМЕРЦІЙНИХ БАНКІВ

УДК 336.717.3:336.71-027.563

Широносова А. О.
Бирсану А. Е.

Студенти 3 курсу
факультету обліку і аудиту ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Виділено основні особливості депозитних операцій комерційних банків. Розглянуто поняття «депозит» і його економічний зміст, «нарахування процентів», «депозитна політика»; також приділено увагу принципам організації депозитних операцій. Визначено взаємозв'язок між поняттями «депозит» і «депозитна операція».*

Ключові слова: *депозит, депозитні операції, депозитарна політика, комерційні банки, облік.*

© Широносова А. О., Бирсану А. Е., 2015

Аннотация. *В статье выделены основные особенности депозитных операций коммерческих банков. Рассмотрены понятия «депозит» и его экономическое содержание, «начисление процентов», «депозитная политика»; также уделено внимание принципам организации депозитных операций. Определена взаимосвязь между понятиями «депозит» и «депозитная операция».*

Ключевые слова: *депозит, депозитні операції, депозитарна політика, комерційні банки, облік.*

Annotation. *The article highlights the main features of the deposit operations of commercial banks. The concepts of the deposit and its economic content, the accrual of interest, deposit policy also pays attention to the principles of the organization of deposit operations. Defined the relationship between the concepts of deposit and deposit operation.*

Keywords: *the deposit, the deposit operations, the depository policy, the commercial banks, the account.*

Особливістю дослідження є розкриття поняття депозиту комерційного банку, а також депозитарна політика на сучасному етапі.

Мета цього дослідження є вивчення депозитних операцій комерційного банку.

Предметом дослідження є система організаційних і економічних відносин, що складаються у процесі реалізації українськими комерційними банками їх депозитної політики.

Особливостям депозитних операцій багато уваги приділяли такі вітчизняні вчені, як Герасимович А. М., Лаврушин О. І., Мамонова І. Д., Тарасова А. І.

Депозит (вклад) – грошові кошти в готівковій або безготівковій формі у валюті України або в іноземній валюті або банківські метали, які банк прийняв від вкладника або які надійшли для вкладника на договірних засадах на визначений строк зберігання чи без зазначення такого строку (під процент або дохід в іншій формі) і підлягають виплаті вкладнику відповідно до законодавства України та умов договору [1].

Депозитна операція - це операція із залучення коштів на вклади та розміщення депозитних сертифікатів [2].

Депозитні операції здійснюються як із фізичними, так і юридичними особами на підставі договору, який укладається в двох примірниках, і в якому в обов'язковому порядку обумовлюється вид вкладу, термін повернення, термін зберігання, розмір процентів, строки їх виплати та інші умови [2].

Взаємозв'язок між цими поняттями визначається тим, що об'єктами депозитних операцій є депозити, тобто суми грошових коштів, які суб'єкти депозитних операцій вносять на банківські рахунки.

За економічним змістом депозити можна розділити на групи:

- ощадні вклади;
- цінні папери;
- депозити до запитання;
- строкові депозити [3].

Принципи організації депозитних операцій:

- депозитні операції здійснюються таким чином, щоб сприяти отриманню банківського прибутку;
- у процесі організації забезпечується різноманітність суб'єктів депозитних операцій і поєднання різних форм депозитів;
- особлива увага у процесі організації депозитних операцій приділяється строковим депозитам, які найбільше підтримують ліквідність балансу банку;
- розширюють банківські послуги, підвищують якість і культуру обслуговування клієнтів, що має сприяти залученню депозитів [4; 5].

Для вкладників одним із найважливіших стимулів є рівень відсотка по депозитах. Процентна політика в області депозитних операцій має враховувати об'єктивність умов встановлення відсотків за всіма видами вкладів та економічну обгрунтованість відповідних процентних ставок, а також необхідність забезпечення ув'язування депозитних відсотків із процентними ставками за активними банківськими операціями.

Процентні ставки за вкладними (депозитними) операціями встановлюються банками самостійно. Національний банк України встановлює індикативні розміри процентних ставок для банків із урахуванням ситуації на грошово-кредитному ринку. Банк сплачує вкладнику суму вкладу (депозиту) і нараховані за ним проценти:

- у національній валюті, якщо грошові кошти надійшли на вкладний (депозитний) рахунок у національній валюті;
- у валюті вкладу (депозиту), якщо грошові кошти надійшли на вкладний (депозитний) рахунок в іноземній валюті, або на умовах та в порядку, передбачених договором, відповідно до заяви вкладника – в іншій іноземній чи в національній валюті;
- у банківських металах, якщо вкладний (депозитний) рахунок відкритий у банківських металах, або на умовах та в порядку, передбачених договором, відповідно до заяви вкладника – у національній валюті [1].

У структурі ресурсів комерційних банків депозити до запитання займають найбільшу питому вагу, що пов'язано з їх дуже низькою ціною. Наявність залишків на депозитах до запитання змушує банки тримати на кореспондентському рахунку в Національному Банку в касі значну частку коштів, для того щоб мати можливість у будь-який момент виконати доручення клієнта. Існує таке банківське поняття, як «незнижуваний залишок коштів на депозитах до запитання», який виступає як стабільний кредитний ресурс для коротко- і навіть середньострокового кредитування. Збільшення того залишку і є метою комерційного банку, що залучає кошти на вклади до запитання [4].

Строкові депозити – це кошти, які залучаються банками на певний строк. Банки залучають на термін і кошти юридичних, і кошти фізичних осіб. Основна мета вкладника при внесенні коштів на рахунку за строковими вкладами-отримання доходу банку – одержання стабільного кредитного ресурсу. Термін і умови конкретного внеску визначаються договором вкладу. Він укладається між вкладником і банком [4].

Основним документом, що регламентує у комерційних банках процес залучення тимчасово вільних коштів підприємств, організацій і населення на рахунки в банк у різного роду депозити (вклади), є "депозитна політика банку". Цей документ розробляється кожним банком самостійно на основі стратегічного плану банку, аналізу структури.

Депозитна політика на сучасному етапі являє собою стратегію і тактику із залучення коштів вкладників та інших кредиторів і визначення найбільш оптимальної комбінації джерел коштів. Основною метою депозитної політики є залучення більшого обсягу грошових коштів за найменшою ціною.

Депозитна політика банків реалізується в депозитній діяльності комерційних банків. Аналіз депозитного залучення коштів у розрізі валют, строків залучення і секторів економіки відображає сучасний стан реалізації депозитної політики комерційних банків України [4].

Таким чином, депозити є важливим джерелом ресурсів комерційних банків. Депозитні рахунки можуть бути найрізноманітнішими і в основному їх класифікації можуть бути покладені такі критерії, як джерела внесків, їх цільове призначення, ступінь прибутковості, структура їх у банку рухлива і залежить від кон'юнктури грошового ринку. Перспективним напрямком удосконалення депозитних операцій банків можна назвати розширення кола депозитних клієнтів із різноманітним режимом функціонування, що надаватиме вкладникам банку додаткові можливості щодо використання своїх коштів із прийнятним рівнем доходів.

Науковий керівник – канд. екон. наук, старший викладач Литвиненко А. О.

Література: 1. Про затвердження положення про порядок здійснення банками України вкладних (депозитних) операцій з юридичними і фізичними особами [Електронний ресурс] : Постанова Національного банку України від 03.12.2003 № 516. – Режим доступу : http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/z1256-03. **2.** Морозов А. М. Основи банківської справи : навч. посіб. / А. М. Морозов. – Київ : Лібра, 2009. – 256 с. **3.** Морозов А. М. Банківскі операції : навч. посіб. / А. М. Морозов. – Київ : Лібра, 2009. – 428 с. **4.** Косова Т. Д. Банківські операції : навч. посіб. / Т. Д. Косова, О. Р. Циганов. – Київ : Центр учб. літ., 2008. – 372 с. **5.** Слав'янська Н. Г. Банківські операції : навч. посіб. / Н. Г. Слав'янська, В. І. Міщенко. – Київ : Знання, 2006. – 727 с.

СРАВНИТЕЛЬНАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА УКРАИНЫ И ФРАНЦИИ

УДК 657(477)(44)

Шпичка А.

Студент 3 курса
факультета международных экономических отношений ХНЭУ им. С. Кузнеца

Аннотация. *Выделены основные составляющие систем бухгалтерского учета, проведен анализ составляющих систем бухгалтерского учета Украины и Франции, исследованы их особенности и дана сравнительная*

© Шпичка А., 2015

характеристика. Рассмотрены причины схожести и различия, а также возможность совместного вектора развития.

Ключевые слова: *анализ систем бухгалтерского учета Украины и Франции.*

Анотація. *Виділено основні складові систем бухгалтерського обліку, проведено аналіз складових систем бухгалтерського обліку України та Франції, досліджено їх особливості та дано порівняльну характеристику. Розглянуто причини схожості і відмінності, а також можливість спільного вектора розвитку.*

Ключові слова: *аналіз систем бухгалтерського обліку України та Франції.*

Annotation. *The article highlights the main components of the accounting systems, the analysis of the components of the accounting Ukraine and France, studied their characteristics and the comparative characteristic. The reasons for similarities and differences and the possibility of joint development vector.*

Keywords: *analysis of accounting systems in Ukraine and France.*

Формирование стандартов бухгалтерского учета в Украине привело к необходимости проведения анализа существующих стандартов учета различных стран для создания на их основе своей собственной эффективной системы учета. После создания такой системы возникла необходимость ее постоянного совершенствования. Актуальность данной работы состоит в том, что страны с более развитыми и сформировавшимися системами учета являются отличным примером для определения недостатков украинской системы учета. Целью данной работы является анализ и сравнение учетных систем Украины и Франции для определения основных различий и возможного направления для улучшений украинской системы учета. Системы бухгалтерского учета Украины и Франции являются объектами данной работы, а особенности их формирования и развития – предметом.

Украину и Францию относят к странам с континентальной моделью бухгалтерского учета, что говорит о схожести украинской и французской систем учета.

Изучением систем бухгалтерского учета Украины и Франции занимались такие ученые, как Козельцева Е. А., Газулина С. М., Пупшис Т. Ф., Клец Л. Е., Олейник Я. В. и др.

Проведение анализа и сравнительной характеристики данных систем по таким категориям, как регулирование учета, основные учетные принципы, финансовая отчетность и особенности плана счетов, позволит оценить все преимущества и недостатки французской системы учета перед украинской и наоборот.

Бухгалтерский учет во Франции берет свое начало в конце XVII века, когда Кольбер издал Коммерческий кодекс.

Как в Украине, так и во Франции учет прежде всего ориентирован на государственные интересы и строго регламентирован. Законодательно основные принципы французского учета базируются на Торговом кодексе, Законе о производственно-торговых компаниях, Законе о национальных компаниях и налоговым законодательством [1]. В Украине основными документами, регулирующими бухгалтерский учет, является Закон «О бухгалтерском учёте и финансовой отчётности на Украине», национальные положения (стандарты) бухгалтерского учета [2]. Так сложилось, что французская система учета базируется на торговом и налоговом законах, а украинская – на специальных законах, разработанных для регулирования бухгалтерского учета.

Во Франции координированием учетных стандартов занимается Национальный совет по бухгалтерскому учету, разработкой законодательной базы – Парламент Франции. В Украине разработкой общих стандартов учета занимается Министерство финансов Украины, Национальный банк Украины занимается разработкой стандартов учета для банков, а Государственное казначейство Украины занимается регулированием бухгалтерского учета в бюджетных организациях. Существование отдельного специализированного органа позволяет унифицировать основные принципы учета для различных типов организаций и избежать только частичной ориентированности ответственной организации на проблемы регулирования учета.

Учетные принципы во Франции подразделяют на 2 категории: традиционные и обусловленные присоединением к нормативной базе Европейского союза. К традиционным принципам относят принцип осмотрительности, принцип правильного и точного применения бухгалтерских правил, принцип оценки по первоначальной стоимости. К принципам, обусловленным влиянием общеевропейских бухгалтерских директив, относят концепцию достоверного и объективного представления, принцип непрерывности деятельности, принцип последовательности и др. Под влиянием англо-американской практики учета и в связи с развитием рынка ценных бумаг во Франции были сформированы принципы, которые, как правило, используются при составлении консолидированной отчетности (например, приоритет содержания перед формой) [3].

Основными учетными принципами в Украине являются: осмотрительность, полное освещение, автономность, последовательность, непрерывность деятельности, начисление и соответствие доходов и расходов, превалирование сущности над формой, историческая себестоимость, единый денежный измеритель, периодичность [4].

Учетные принципы сравниваемых стран могут иметь различные названия, однако в сущности они отражают одни и те же требования к ведению бухгалтерского учета, что является общим признаком.

Наличие национального плана счетов является одним из необходимых условий существования эффективной системы учета.

Французский национальный план счетов (Plan Comtable General – PCG) был утвержден в 1982 году и включает общие положения, план счетов бухгалтерского учета, финансовый бухгалтерский учет, управленческий бухгалтерский учет, специальные счета и особые условия.

План счетов, используемый во Франции, имеет структуру, представленную в табл. 1.

Таблица 1

Сравнительна структура Плана счетов Украины и Плана счетов Франции [1; 5]

Классы счетов	Содержание класса французского Плана счетов	Содержание класса украинского Плана счетов
1	Капитал	Необоротные активы
2	Внеоборотные активы	Запасы
3	Запасы и незавершенное производство	Средства, расчеты и прочие активы
4	Счета к получению и счета к оплате	Собственный капитал и обеспечение обязательств
5	Финансовые	Долгосрочные обязательства
6	Расходы	Текущие обязательства
7	Доходы	Доходы и результаты деятельности
8	Специальные	Расходы по элементам
9	Счета контроля за затратами, группировки и анализа	Расходы деятельности
0	Резерв для внутренних потребностей компании	Забалансовые счета

Можно сделать вывод о том, что данные планы счетов схожи по своему содержанию и различаются лишь по структуре. Ввиду различного расположения классов различаются и способы их группировки, однако это не влияет на подобность их содержания. Это делает более простой возможность сравнения учетных операций данных стран. Так как украинские стандарты учета были разработаны на основе европейских, то данное сходство является ожидаемым. Данный принцип построения плана счетов является достаточно распространенным и используется более чем в 70 странах.

К французской финансовой отчетности предъявляются обязательные требования, установленные законодательством. Обязательная отчетность включает баланс, отчет о финансовых результатах, отчет о движении денежных средств, отчет о движении денежных средств, отчет об использовании прибыли, отчет руководителя, пояснения. Акционерные общества обязаны предоставлять полугодовую отчетность о фондовой бирже [1]. Следует отметить, что индивидуальная отчетность является более детализированной, а консолидированная – более обобщенной.

Украинская финансовая отчетность включает баланс, отчет о финансовых результатах, отчет о движении денежных средств, отчет о собственном капитале и примечания к отчетам. Для субъектов малого предпринимательства и представительств иностранных субъектов хозяйственной деятельности национальными положениями (стандартами) устанавливается сокращенная по показателям финансовая отчетность в составе баланса и отчета о финансовых результатах [4]. Консолидированная финансовая отчетность также является более детализированной.

Финансовая отчетность Украины и Франции является достаточно схожей и стандартизированной, однако французская отчетность подразумевает ориентацию на международные предприятия, а украинская – на предприятия, расположенные на территории нашей страны. Фондовый рынок Франции является более развитым, чем украинский, что также повлияло на отчетность, которую предприятие обязано предоставлять. Обязательность публикации является общим явлением как для французской, так и для украинской финансовой отчетности.

Подводя итог всему вышесказанному, следует отметить высокую степень сходства французской и украинской систем учета по представленным категориям. Это обусловлено тем, что в свое время при разработке стандартов учета в Украине за основу были взяты стандарты различных европейских стран и адаптированы под потребности и особенности украинского деловодства.

Различия в системах учета данных стран могут быть обусловлены отличиями в историческом и экономическом развитии стран, а также в связи с большей приближенностью французских стандартов учета к МСФО, чем украинских. Однако продолжается усовершенствование украинских стандартов учета и преобразование их в соответствии с МСФО, поэтому при дальнейшем движении в данном направлении учетные системы Франции и Украины станут более схожими.

Научный руководитель – канд. экон. наук, доцент Часовникова Ю. С.

Литература: 1. Галузина С. М. Международный учет и аудит / С. М. Галузина, Т. Ф. Пупшис. – СПб. : Питер, 2006. – 272 с. **2.** Олейник Я. В. Регламентація бухгалтерського обліку в Україні: стан, проблеми, орієнтири / Я. В. Олейник // Формування ринкової економіки. – 2010. – № 24. – С. 183–184. **3.** Козельцева Е. А. Сравнительный анализ методологии и организации бухгалтерского учета во Франции и в России : автореф. дис. … к.э.н. : 08.00.12 / Козельцева Елена Андреевна. – Москва, 2005. – 26 с. **4.** Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні [Электронный ресурс] : Закон України від 16.07.1999 № 996-XIV. – Режим доступа : http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/996-14. **5.** План рахунків бухгалтерського обліку активів, капіталу, зобовязань і господарських операцій підприємств і організацій [Электронный ресурс] : Наказ Міністерства фінансів України від 09.12.2011 z1557-11. – Режим доступа : http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/z1557-11.

ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ И ИНТЕРНЕТ КАК СРЕДСТВО ИНФОРМАЦИОННОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ В ТУРИЗМЕ

УДК [00] 004.387

Щука А. Л.

Студент 2 курса
факультета международных экономических отношений ХНЕУ им. С. Кузнеца

Аннотация. *Рассмотрено применение Интернета и различных информационных технологий в сфере туризма. Уделено внимание главным аспектам внедрения информационных технологий и Интернета в туристическую деятельность. Представлены информационные технологии, использующиеся туристическими фирмами для распространения своих услуг. Исследовано, как за счет информационного обеспечения повышается качество и привлекательность туристического продукта.*

Ключевые слова: *информационные технологии, туристический продукт, информатизация туристической отрасли, интернет-ресурсы.*

Анотація. *Розглянуто застосування Інтернету та різних інформаційних технологій у галузі туризму. Приділено увагу головним аспектам упровадження інформаційних технологій та Інтернету в туристичну діяльність. Наведено інформаційні технології, які використовують туристичні фірми для розповсюдження своїх послуг. Досліджено, як за рахунок інформаційного забезпечення підвищується якість і привабливість туристичного продукту.*

Ключові слова: *інформаційні технології, туристичний продукт, інформатизація туристичної галузі, інтернет-ресурси.*

Annotation. *In this article we will talk about the use of the Internet and various information technologies in tourism. Considered the main aspects of the introduction of information technology and the Internet in tourism. The author presents information technologies that use travel agencies to distribute their services. Investigated as through information provision improves the quality and attractiveness of the tourism product.*

Keywords: *information technology, tourism product, information of the tourism industry, Internet resources.*

Постановка проблемы. Использование информационных технологий для ведения бизнеса туристических компаний требует прагматичного подхода и творческого мышления. Необходимо разглядеть потенциальные возможности информации, которая может казаться бесполезной для применения в туризме, увидеть новаторские способы применения информационной технологии. Если туристические компании хотят добиться успеха в эпоху постоянных технологических изменений, то им необходимо развивать способность использования информационных технологий как одно из ключевых умений, важно овладеть общей методологией использования информационных технологий, чтобы приобрести лидерство на современных рынках.

© Щука А. Л., 2015

Таким образом, целью данной статьи является исследование и обобщение форм использования информационных технологий в сфере туризма. Одна из задач информационных технологий – способствовать туристическим предприятиям реагировать на динамику рынка, создавать, поддерживать и углублять конкурентное преимущество. Выполнение этой задачи реализуется через построение информационных систем, которые обязательно имеют следующие характеристики, представленные автором в табл. 1.

Таблица 1

Характеристики информационно-технологических систем

Характеристика	Функции	Программные продукты
Максимальная доступность	Получение доступа к интернет-ресурсам в любое время суток	Сайт туристической фирмы
Неограниченный доступ к информации	Хорошая информированность клиентов	Системы поиска туров и бронирования
Возможность обмена мнениями	Тесная связь между туристом и компанией	Чат «Отзывы и предложения»
Консультирование клиентов	Экономия времени	Ресурс «Вопрос-ответ»
Минимизация затрат	Экономность денежных средств	Ресурс «Продажа авиабилетов»

Анализ публикаций. Выводы диссертационного исследования Широковой Г. В. [1] говорят о том, что «на данный момент в разных источниках информации наблюдается недооценка индустрии туризма как одной из важнейших сфер социально-экономической деятельности, а …количество теоретических и практических разработок в данной области, по сравнению с другими отраслями экономических знаний, незначительно", позволяют считать, что изучение информационных технологий в сфере туризма малоисследовано и актуально. Это подтверждает также позиция Сороки С. В., который в своей статье «Проблемы информатизации рекреационной и туристической деятельности» считает, что «стабильное развитие туризма играет важнейшую роль в решении социальных проблем. Необходимость развития сферы туризма способствует повышению уровня образования, совершенствованию системы медицинского обслуживания, внедрению новых средств распространения информации». Дополнительно Сорока С. В. отмечает важность изучения и развития информационной составляющей туризма [2]: «…темпы информатизации и компьютеризации достигли неслыханных масштабов... Появились научно-исследовательские центры, средние и высшие учебные заведения, призванные восполнить пробел в квалифицированных кадрах в туристской отрасли».

Так как туризм является одной из важнейших отраслей сервиса, он требует современных новых форм и механизмов обслуживания клиентов. Однако не все компании охотно применяют инновации на практике. Ведь инновация – это прежде всего немалый риск. Так, Михно М. А. под инновацией подразумевает «изменение с целью внедрения и использования новых видов потребительских товаров, новых производственных, транспортных средств, рынков и форм организации в промышленности» [6]. Михно М. А. подчеркивал, что в современной экономике роль инноваций значительно возросла. Он уточнял, что это вызвано тем, что «в рыночной экономике инновации представляют собой метод конкуренции, так как инновация ведет к снижению себестоимости, цен и росту прибыли, к созданию новых потребностей, к притоку денег, к повышению имиджа (рейтинга) производителя новых продуктов, к открытию и захвату новых рынков, в том числе и внешних. Инновация как процесс или как продукт может стать одной из главных статей дохода предприятия, оказывая существенное влияние на увеличение прибыли» [6].

К сожалению, в практике внедрения инноваций существуют препятствия. Новиков В. С. [3] наглядно описал основное из них. Так, «любая инновация, особенно если она затрагивает организацию в целом, вызывает сопротивление, так как принятие и осуществление инновации связано с ломкой стереотипов восприятия, поведения и установок. Страх менять что-то в постоянной и привычной работе мешает фирмам обращаться к новым механизмам. Например, многие туроператоры предлагают своим региональным агентствам новую систему бронирования – бронирование туров в on-line, что позволяет получать практически мгновенное подтверждение тура. Таким образом, туроператор экономит время на обработке заявки, а турагент, в свою очередь, ускоряет процесс оформления клиента. Выгода очевидна: экономя время на работе, турагент получает возможность привлечь клиента своей оперативностью. Но до сих пор, несмотря на достаточно широкое применение и удобство данной системы, многие агентства отказываются так работать. Куда ближе непосредственный контакт с туроператором. Боязнь быть не услышанным и не понятым заставляет агентов обращаться к старой и проверенной системе бронирования – с помощью факса. Это яркий пример неприятия инновации. Чаще всего в основе отрицания инновации лежит социально-психологический аспект: оценивая свои возможности, достаточное количество сотрудников организации склонны считать, что они не имеют необходимых при внедрении инноваций умений и навыков. Это вызывает опасение оказаться лишним и как следствие – сопротивление изменениям» [3]. Таким образом, одним из перспективных направлений развития управления информационными технологиями в туризме становится управление сопротивлением инновациям. Кроме этой проблемы, существуют еще несколько важных вопросов,

которые описал Мацебера С. А. [4]. Он писал, что "рассматривая роль информационных технологий в сфере регионального туризма, следует помнить, что предполагаемые разработки и планы развития туризма должны давать ответы на следующие вопросы: как следует оценить состояние туристической сферы и основные проблемы ее развития; какие основные направления туризма более всего отвечают интересам региона, куда и во что эффективнее всего вкладывать деньги; как улучшить имидж и увеличить привлекательность региона для туристов; как за счет развития туризма стимулировать социально-экономическое развитие региона» [4].

Результаты исследования. Решение вышеперечисленных вопросов может быть достигнуто благодаря использованию Интернета в деятельности туристических компаний. Управление переводится в режим реального времени, происходит интеграция информационных инструментов и услуг во всех видах туристической деятельности. Информационные потоки обеспечивают связи между производителями туристических услуг, а также связи между потребителями этих услуг, причем они идут не только в виде потоков данных, но выступают также в форме услуг и платежей. Использование туристическими фирмами сети Internet как канала распространения своих услуг помогает туристам и всем заинтересованным лицам получить необходимую информацию.

По данным [7], туризм входит в тройку сфер деятельности с наибольшей реализацией своих товаров и услуг через Интернет. Это обусловлено тем, что, во-первых, Интернет обеспечивает неограниченный доступ к информации; во-вторых, происходит экономия затратной части; в-третьих, оперативно поступает информация о передовых технологиях; в-четвертых, создается возможность онлайн обмена мнениями с коллегами.

Как правило, применение новых информационных технологий требует серьезных денежных инвестиций, поэтому туристические компании используют другие способы повышения эффективности использования информационных технологий, такие как, например, самостоятельная разработка прикладного программного обеспечения, ориентация на конечных высокообразованных пользователей, передача своих информационных ресурсов компаниям, специализирующимся на управлении и обработке информации. Основные программные продукты, которые используются в туристической отрасли, обобщены и представлены автором в табл. 2.

Таблица 2

Программные продукты туристических фирм

Программный продукт	Основные реализуемые задачи
Туристические поисковые системы	Позволяют легко подобрать подходящий тур для любого клиента. Задав необходимые критерии для поиска, можно получить предложения десятков операторов, отвечающие требованиям клиентов с детальным описанием тура, перечислить, что входит в стоимость, а что оплачивается дополнительно, дать информацию по авиаперелету
Бронирование туристических услуг	Системы бронирования аккумулируют огромную базу данных и позволяют резервировать авиабилеты, гостиничные номера, автомобили, билеты на круизы
Отзывы и предложения, блоги, возможность посещать страницу и реализовывать обратную связь (feed back)	Позволяет делиться своими впечатлениями, мнениями, предложениями с туристической фирмой
Программный комплекс «МАСТЕР-ТУР»	Программный комплекс «Мастер-Тур» охватывает все основные аспекты деятельности туристической фирмы – от создания прайс-листа и каталогов до реализации турпродукта, от расчета реальной себестоимости до ведения взаиморасчетов с поставщиками, от оперативного учета – до управленческого
Программный комплекс «Master-Interlook»	Полный цикл бронирования заявки. Набор мастеров копирования цен. Модуль планирования трансферов. Модуль экскурсий. Финансовый блок. Мощные возможности создания инвойса туроператору. Полная информация по квотам и stop-sale

Поисковые системы, позволяющие осуществлять поиск туров, активно используются в туристическом бизнесе, а именно туристическими агентствами. Туристические поисковые системы позволяют подобрать тур с заданными параметрами для любого клиента. Задав необходимые критерии для поиска, можно получить предложения десятков операторов, с детальным описанием тура, выяснить, что входит в стоимость, а что оплачивается дополнительно, узнать информацию по авиаперелету. Эти системы позволяют частично автоматизировать работу туристической фирмы, в частности, сформировать и отправить заявку оператору, получить подтверждение, сформировать отчеты. Также неотъемлемым компонентом в работе туристических компаний является бронирование туристических услуг с использованием глобальных систем бронирования. Системы бронирования аккумулируют огромную базу данных и позволяют резервировать авиабилеты, гостиничные номера, автомобили, билеты на круизы. Для работы с любой из систем бронирования операторы требуют заключения договора, после чего агентство получает «имя» и «пароль» для входа в систему. Вход в систему посторонним запрещен. При входе в систему вам предоставляется возможность выбора подходящего тура и его бронирования. Проанализируем статистику использования интернет-ресурсов некоторых украинских туристических фирм, например, в соответствии с дина-

микой посещения сайта туристического оператора JoinUp. В табл. 3 видно, что посещаемость достаточно стабильна и колеблется в размере около 40000 посетителей за день.

Таблица 3

Посещаемость сайта туристического оператора JoinUp

Дата / Показатели	30.11	01.12	02.12	03.12	04.12	05.12	06.12
Пользователи (тыс. чел.)	45160	47929	46532	44935	41879	43088	36128
Просмотр страниц (тыс. чел.)	103426	116453	116333	111752	104936	107604	87918

Статистику посещаемости туроператора PEGAS и туроператора Аккорд-тур можно увидеть в табл. 4 и на рис. 1 соответственно.

Таблица 4

Статистика посещаемости сайта туроператора PEGAS

Дата / Показатели	30.11	1.12	2.12	3.12	4.12	5.12	6.12
Пользователи (тыс. чел.)	36123	37456	34258	37423	39687	40234	40657
Просмотров страниц (тыс. чел.)	90269	106451	115132	109752	115321	118505	100012

Если посещаемость сайта на хорошем уровне, то это говорит о том, что реклама сайта хорошо реализована и страница регулярно продвигается.

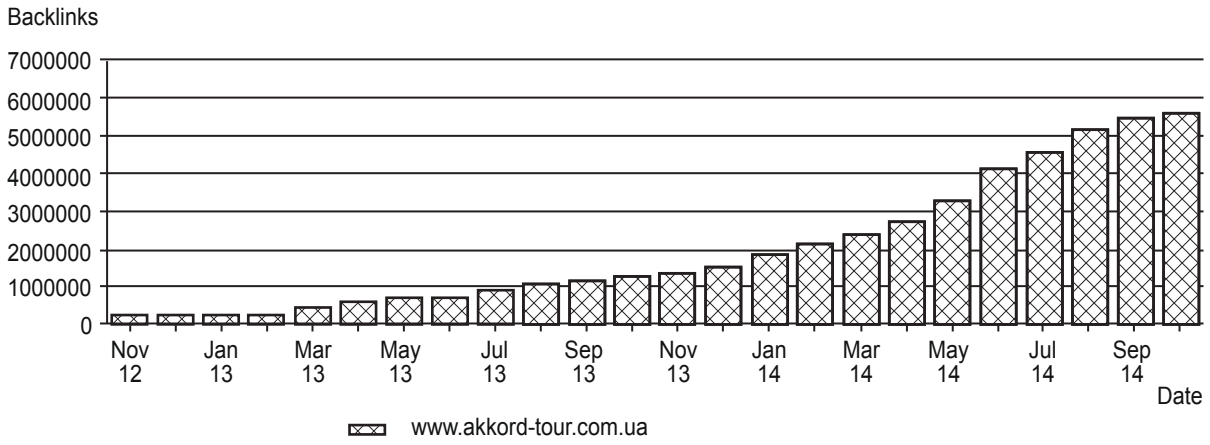


Рис. 1. **Статистика туроператора Аккорд-тур** (по данным сайта Majestic)

Интернет портал Delo.ua предоставил рейтинг 20 лучших туристических операторов Украины. В этом рейтинге присутствуют все туроператоры, представленные в данной статье. 1-е место занял "Аккорд-тур", PEGAS – 14 место, а JoinUp – 16 [9].

Анализируя уровень посещаемости данных сайтов, можно сказать, что интернет-ресурсы – неотъемлемая часть туристической отрасли.

Таким образом, обобщая вышеизложенный материал, можно сделать вывод, что за последние годы туристический рынок потерпел качественные изменения благодаря использованию сети Интернет и информационных технологий. Использование туристическими фирмами сети Интернет как способа распространения своих услуг помогает туристам получить необходимую информацию об особенностях любого туристического региона и его основных достопримечательностях, следовательно, одним из перспективных направлений будущего развития информационных технологий в сфере туризма может стать создание виртуального тура. Также, чтобы добиться внимание туристов, необходимо создавать новые формы и источники распространения информации. Для этого необходимо применять автоматизированные системы управления и компьютерную технику, что увеличит скорость обслуживания и повысит качество предоставляемых услуг в сфере туризма.

Научный руководитель – канд. экон. наук, доцент Наумик-Гладкая Е. Г.

Литература: 1. Широкова Г. В. Применения информационных технологий в индустрии туризма : автореф. дис. … канд. экон. наук : 08.00.05 / Широкова Галина Викторовна. – Санкт-Петербург, 2008. – 16 с. **2.** Сорока С. В. Проблемы информатизации рекреационной и туристической деятельности в Украине: перспективы культурного и экономического развития / С. В. Сорока. – Трускавец, 2000. – 275 с. **3.** Новиков В. С. Инновации в туризме. Использование информационных технологий в туризме / В. С. Новиков. – М. : Академия, 2012. – 208 с. **4.** Мацебера С. А. Информационные технологии в управлении туристической и курортно-рекреационной деятельности / С. А. Мацебера // Материалы докладов III научно-практической конференции. – Бердянск : АУИТ "АРИУ", 2007. – С. 105–107. **5.** Жосану В. А. Инновации в туризме / В. А. Жосану // Культура народов Причерноморья. – 2012. – № 221. – С. 189–190. **6.** Михно М. А. Роль инноваций в туризме [Электронный ресурс] / М. А. Михно // Туризм и культурное наследие. – 2009. – Вып. 2. – Режим доступа : http://tourlib.net/statti_tourism /mihno.htm. **7.** Основы туристического бизнеса : учеб. пособие / М. П. Мальська, В. В. Худо, В. И. Цибух. – Киев : Центр учеб. лит., 2004. – 272 с. **8.** Сайт majestic.com.ua. [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://majestic.com.ua/. **9.** Delo.ua : информ. портал [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://delo.ua/.

БУХГАЛТЕРСЬКИЙ АУТСОРСИНГ ЯК ФАКТОР ЕФЕКТИВНОГО ФУНКЦІОНУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВА У КРИЗОВИХ УМОВАХ

УДК 657.338.124.4

Шудра Л. О.

Студент 3 курсу
факультету міжнародних економічних відносин ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Обґрунтовано доцільність використання послуг аутсорсингових організацій у веденні бухгалтерського обліку підприємством у кризових умовах. Визначено переваги та недоліки бухгалтерського аутсорсингу як одного із сучасних способів скорочення витрат і проаналізовано його вплив на ефективність діяльності підприємства.*

Ключові слова: *бухгалтерський аутсорсинг, бухгалтерський облік, конкурентоспроможність.*

Аннотация. *Обоснована целесообразность использования услуг аутсорсинговых организаций в ведении бухгалтерского учета предприятием в кризисных условиях. Определены преимущества и недостатки бухгалтерского аутсорсинга как одного из современных способов сокращения расходов и проанализировано его влияние на эффективность деятельности предприятия.*

Ключевые слова: *бухгалтерский аутсорсинг, бухгалтерский учет, конкурентоспособность.*

Annotation. *The expediency of using the services of outsourcing organizations in accounting in times of crisis was grounded, the advantages and disadvantages of outsourcing accounting, as one of the modern ways of cutting costs, were identified and its impact on the efficiency of the company was analyzed.*

Keywords: *accounting outsourcing, accounting, competitiveness.*

Активні зміни у конкурентному середовищі та порушення нормальної діяльності суб'єктів господарювання в умовах кризи зумовлює необхідність пошуку нових методів підвищення рівня конкурентоспроможності підприємств. Світові кризи не залишають осторонь вітчизняну економіку, а тому одним із шляхів досягнення зазначеної мети є максимізація рівня мобільності та економії в межах різних бізнес-процесів на підприємстві, зокрема в рамках ведення бухгалтерського обліку. Оптимізація витрат у цій сфері можлива шляхом залучення зовнішніх суб'єктів, тобто застосування бухгалтерського аутсорсингу – якісно нового напрямку бізнесу, який активно й ефективно використовується в розвинених країнах. Тому визначення переваг і недоліків бухгалтерського аутсорсингу, а також доцільність та ефективність його використання на підприємстві у кризових умовах стає актуальною проблемою сучасної економіки.

© Шудра Л. О., 2015

Метою цієї статті є обґрунтування доцільності використання послуг аутсорсингових організацій у бухгалтерському обліку у кризових умовах із метою досягнення ефективної і раціональної діяльності підприємства.

Об'єктом статті є застосування бухгалтерського аутсорсингу на підприємстві у кризових умовах.

Предметом дослідження є теоретичні засади бухгалтерського аутсорсингу.

Необхідність раціоналізації використання послуг бухгалтерського аутсорсингу в сучасних кризових умовах зростає. Дослідженням цієї проблематики займаються закордонні та українські науковці, такі як Донеллан М., Берсін Д., Йордон Є., Анікіна Б., Дворцева В., Скакун Л., Каленський О., Михайлов Д., Шуригіна І. та ін. Проте недостатньо розкритим залишається питання доцільності використання аутсорсингових послуг у веденні бухгалтерії у кризових умовах.

В умовах сучасної економічної ситуації та глобальної конкуренції ефективне управління активами є запорукою розвитку бізнесу та підвищення його конкурентоспроможності. У кризовий період максимальна увага та наявні ресурси мають бути сконцентровані на профільній діяльності організації, однак водночас бізнес обтяжують непрофільні, проте не менш важливі види діяльності, які потребують значних капіталовкладень. До такого виду діяльності можна віднести ведення бухгалтерського обліку, у процесі якого здійснюється організація обліку та впроваджується контроль за усіма обліковими операціями, які протікають безпосередньо на підприємстві.

Для того щоб ефективно та успішно функціонувати та розвиватися, організація має зосереджувати всі наявні ресурси на вирішенні бізнес-задач, а не витрачати зусилля на ведення другорядних процесів. Цього можна досягти шляхом виведення такого виду діяльності на аутсорсинг (від англійської «outsourcing» – використання чужих ресурсів). Поняття «аутсорсинг» визначають як передачу організацією окремих бізнес-процесів або виробничих функцій на обслуговування іншій компанії, яка спеціалізується у відповідній області [1].

Бухгалтерський аутсорсинг є одним із варіантів забезпечення бухгалтерського обліку на підприємстві, поява якого в економіці Україні була зумовлена низкою причин. Так, наприкінці 90-х років ХХ ст. українські підприємства відчували дефіцит кваліфікованих кадрів у сфері бухгалтерського обліку, що було пов'язано зі швидким зростанням вітчизняної економіки в той час, коли, крім українських підприємств, на ринку почали з'являтися іноземні компанії. Рівень розвитку бізнесу в той час виявився значно вищим за рівень української системи освіти, яка не забезпечувала попит із боку новостворених підприємств. Реакцією на ці події стала поява нових незалежних організацій, які співпрацювали з підприємствами, надаючи їм новий для того часу вид послуг – бухгалтерський аутсорсинг (бухгалтерське обслуговування) [2].

Серед українських підприємств послугами аутсорсингу здебільшого користуються фармакологічні (10 %) та виробничі підприємства (12 %). Основними видами аутсорсингових та консалтингових послуг, які використовують українські підприємства, є ІТ-аутсорсинг та аутсорсинг бізнес-процесів. Причому слід наголосити, що бухгалтерський аутсорсинг займає одне з останніх місць у переліку таких послуг і не так активно використовується підприємствами [3].

Аутсорсингова компанія має досить широкий спектр різноманітних послуг, які пропонує виконати на замовлення підприємства. Серед них можна виділити такі:

- безпосереднє ведення бухгалтерського обліку та документації;
- підготовка та подання податкових декларацій і звітів;
- налагодження процесу бухгалтерського документообігу;
- оптимізація процесу підтвердження бухгалтерських документів [4].

На основі цього можна сформувати переваги ведення і організації бухгалтерського обліку шляхом аутсорсингу:

- бухгалтерський аутсорсинг забезпечує реальну економію ресурсів та часу, позбавляючи компанію від необхідності утримувати свою бухгалтерію;
- передати бухгалтерський облік аутсорсинговій компанії можна на будь-якому етапі діяльності і в якому завгодно стані та отримати в результаті звітність, яка буде складена грамотно і здана вчасно, при цьому виключається ймовірність прийняття до штату некваліфікованого бухгалтера;
- аутсорсингова компанія надає гарантії, всі можливі ризики страхуються, а усі права, обов'язки та відповідальність сторін закріплюються договором, що має юридичну силу;
- з'являється альтернатива використання основних засобів, що відводилися на бухгалтерію;
- аутсорсинг бухгалтерських послуг зручний і вигідний компаніям, які займаються декількома видами бізнесу або сезонним бізнесом (адже знайти кваліфікованого спеціаліста, який знається на особливостях багатьох видів підприємницької діяльності досить складно, а аутсорсингова компанія врегулює цю проблему особисто);
- використання зовнішньої бухгалтерії забезпечить незалежність обліку та запровадить механізм контролю за освоєнням інвестицій [5].

Безумовно, характеристика бухгалтерського аутсорсингу не завершується його позитивними рисами. Для компанії, яка передає ведення бухгалтерії іншій організації, існують також деякі ризики. Найголовніший – підприємство відкриває всі відомості про свою діяльність стороннім особам, а отже, існує ймовірність того, що дані можуть бути використаними конкурентами. Ще одним недоліком використання бухгалтерського аутсорсингу є відсутність контролю за діяльністю фірми, що надають бухгалтерські послуги. Під час використання зовнішньої бухгалтерії підприємець практично ізольований від підготовки та складання звітності.

Таким чином, враховуючи всі переваги та недоліки використання бухгалтерського аутсорсингу, можна стверджувати, що його використання може значною мірою допомогти підприємству на шляху до підвищення рівня ефективності та конкурентоспроможності. Особливого значення бухгалтерський аутсорсинг набуває у кризових умовах, коли підприємства знаходяться у пошуку шляхів скорочення витрат, варіантів боротьби із конкурентами, вираховують оптимальні шляхи розвитку. У цій ситуації саме кваліфіковані кадри аутсорсингових компаній якісно й ефективно організують усі другорядні, проте не менш важливі, бізнес-процеси, звільнивши при цьому час і ресурси для концентрації уваги керівництва підприємства на його основній діяльності та стратегії.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Часовнікова Ю. С.

Література: 1. Писарчук О. В. Місце аутсорсингових та консалтингових компаній в організації обліку / О. В. Писарчук, І. В. Струкова // Наукові праці Кіровоградського національного технічного університету. – 2010. – № 17. – С. 262–266. **2.** Скакун Л. П. Бухгалтерський облік в умовах аутсорсингу : автореф. дис. … канд. екон. наук : 08.00.09 / Скакун Людмила Степановна. – Житомир, 2010. – 21 с. **3.** Ващенко Т. А. Доцільність аутсорсингових компаній в бухгалтерському обліку / Т. А. Ващенко // Наукові праці КНТУ. – 2013. **4.** Алєксєєва А. Н. Передача бухгалтерии на аутсорсинг: плюсы и минусы / А. Н. Алєксєєва // Финансовый директор. – 2012. – № 11. – С. 61–63. **5.** Григоровський В. Д. Аутсорсинг у системі управління підприємством / В. Д. Григоровський // Справочник экономиста. – 2009. – № 8. – С. 61– 65.

СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ УЧЕТА КАПИТАЛЬНЫХ ИНВЕСТИЦИЙ В УКРАИНЕ И ЕГО РЕФОРМИРОВАНИЕ ПО МСФО

УДК 657.22:330.322(1-87+477)

Шурмиль М. И.

Студент 3 курса
факультета международных экономических отношений ХНЭУ им. С. Кузнеца

Аннотация. *Раскрыта сущность современного состояния учета капитальных инвестиций в Украине по П(С)БУ. Рассмотрены и проанализированы проблемы несоответствия учета капитальных инвестиций по национальным стандартам бухгалтерского учета и по международным стандартам. Предложены пути совершенствования исследуемых проблем.*

Ключевые слова: *инвестиции, капитальные инвестиции, основные средства, стандарты бухгалтерского учета.*

Анотація. *Розкрито сутність сучасного стану обліку капітальних інвестицій в Україні. Розглянуто та проаналізовано проблеми невідповідності обліку капітальних інвестицій за національними стандартами бухгалтерського обліку та за міжнародними стандартами. Запропоновано шляхи вирішення досліджуваних проблем.*

Ключові слова: *інвестиції, капітальні інвестиції, основні засоби, стандарти бухгалтерського обліку.*

© Шурмиль М. И., 2015

Annotation. *The essence of the current state of the account of capital investments in Ukraine. Considered and analyzed the problem of accounting discrepancies capital investment on national accounting standards and international standards. The ways of solving the problems investigated.*

Keywords: *investments, capital investments, fixed assets, accounting standards.*

Процесс экономической интеграции в мировом масштабе вызвал необходимость стандартизации системы учета. Переход национальной системы бухгалтерского учета к международной и составление отчетности по международным стандартам становится необходимостью, поскольку одной из важных предпосылок успешного развития бизнеса является информированность, взаимопонимание в мировом сообществе.

Инвестиционная деятельность является одной из самых важных деятельностей, и одним из основных ее видов являются капитальные инвестиции, которые представляют собой один из главных показателей финансово-хозяйственной деятельности предприятий [1].

Исследованию теории и практики ведения учета капитальных инвестиций посвящены работы многих ученых, среди которых М. Бондарь, Ф. Ефимова, А. Гавриловский, С. Задорожный, Я. Крупко, Н. Лысенко, И. Павлюк, Л. Сук и др. В то же время среди ученых не сложилось единого подходов в изучении данного вопроса, поэтому выявление расхождений между правилами ведения учета в Украине и в мире и является целью данной статьи.

Объектом исследования является учет капитальных инвестиций.

Предмет исследования представляет собой разницу учета капитальных инвестиций по национальным и международным стандартам.

Процесс перехода на международные стандарты в стране должен проходить в соответствии с нормативными документами. Так что решение этой проблемы должно происходить на национальном уровне.

В соответствии с национальными стандартами принято считать, что незавершенные капитальные инвестиции в необоротные активы – это капитальные инвестиции в приобретение, создание и модернизацию необоротных активов, использование которых по назначению на дату баланса не произошло [2].

Как можно заметить, по национальным положениям (стандартам) бухгалтерского учета дается краткая характеристика капитальных инвестиций, и недостаточно полно раскрываются объекты вложения. Одна из главных причин такой проблемы является то, что Украина стремится перереформировать свои стандарты под международные для простоты и понимания инвестиционной деятельности. Однако при этом возникает проблема в бухгалтерском учете, потому что в международных стандартах отсутствует такой термин, как «капитальные инвестиции». На наш взгляд, это вызвано тем, что за границей системы строительства, модернизации и ремонта налажены лучше, следовательно, для постройки или ремонта затрачивается меньше времени, и все расходы включаются на счет объекта, по отношению которого были произведены все так называемые «капитальные инвестиции». А сама величина чистых капитальных вложений выносится в примечания как пояснение к данному счету.

Так же различием выступает то, что по МСФО 40 [3] даётся в корне иное значение термину «инвестиционная собственность». То есть сам подход к определению сущности инвестиционной собственности отличен и трактуется как собственность, которая содержится с целью роста капитала и получения денежных средств (в виде аренды), но не для ведения хозяйственной деятельности. Таким образом, можно заметить, что по международным стандартам инвестициями признаются лишь те средства, которые в будущем на прямую принесут прибыль, а инвестиции в основные средства не являются инвестициями, поэтому не рассматриваются как отдельный счет по международным стандартам финансовой отчетности.

Отсутствие в национальных стандартах четкой трактовки и компонентов капитальных инвестиций влечет за собой проблемы с отражением в учете расходов, затраченных на капитальные инвестиции. Так, в международных стандартах бухгалтерского учета 16 [4] не содержится классификации, что является объектом основных средств. На основании сферы применения объектов и их технических характеристик бухгалтер самостоятельно выносит решение о признании отдельных видов имущества основными средствами. Также по МСБУ 16 [4] предусмотрена возможность слияние незначительных активов в один объект основных средств для простоты отражения, однако по украинским стандартам такое действие исключается.

Амортизация начинается начисляться только с момента ввода объекта в эксплуатацию в соответствии с его назначением. Но отличием МСБУ 16 [4] от национальных стандартов является то, что в Украине не прекращают начисление амортизацию активов, что находятся на реконструкции или ремонте, в отличие от международных стандартов финансовой отчетности.

В П(С)БУ 7 [2] содержатся необоротные активы, в которые входят другие необоротные материальные активы, отсутствующие в международных стандартах. То есть нет такого значения «другие необоротные материальные активы», но сами активы существуют в Европе. Еще одним отличием в Европе является то, что некоторые малоценные активы (примером может быть тара) вообще не принято отражать среди долгосрочных активов, начислять амортизацию. Как правило, их сразу списывают на расходы текущего периода.

Наличие в достаточном объеме финансовых ресурсов, их эффективное использование предопределяют хорошее финансовое положение предприятия, платежеспособность, финансовую устойчивость, ликвидность. Эффективность работы каждого предприятия во многом зависит от полной и своевременной мобилизации финансовых ресурсов и правильного их использования для обеспечения нормального процесса производства и расширения производственных фондов [1]. Итак, капитальные инвестиции, представляют собой совокупность затрат, формирующих стоимость объекта основных средств. Это инвестиции в приобретение, создание и модернизацию необоротных активов, использование которых по назначению на дату баланса не произошло.

Сравнив международные стандарты бухгалтерского учета 16 [4] и национальных положений (стандартов) бухгалтерского учета 7 [2], можно сделать вывод, что данные нормативные документы наряду с тождественными положениями содержат отличительные. Кроме того, соответствующие документы должны предоставлять пользователям информацию об изменениях в составе основных средств в течение определенного периода и раскрывать информацию об остатках на отчетную дату, поэтому они не должны противоречить друг другу [5].

В настоящий момент предприятия сами принимают решения о необходимости составления отчетности в соответствии с международными стандартами, а также о порядке отражения, классификации и учете капитальных инвестиций. Но в связи с экономической и политической ориентацией Украины на Европу и с тем, что инвестиционной задачей предприятия является получение инвесторов для расширения и продвижения предприятия, рациональнее было б украинским предприятиям использовать международные стандарты. Еще одна причина состоит в том, что международные стандарты финансовой отчетности сформировались из опыта развитых стран, так что заимствование опыта – это хороший ориентир для Украины. Таким образом, на наш взгляд, было бы целесообразно начать реформирование национальных стандартов или же предоставить международным стандартам статус национальных. Данные меры упростили бы работу бухгалтеров предприятий и помогли бы избежать лишних затрат фирмам, взаимодействующим с иностранными партнерами.

Научный руководитель – канд. экон. наук, доцент Часовникова Ю. С.

Литература: 1. Коновалько Н. Экономические и институционные условия инвестиционной деятельности / Н. Коновалько // Экономика Украины. – 2010. – № 12. **2.** Положение (стандарт) бухгалтерского учета 7 «Основные средства» [Электронный ресурс] : Приказ Министерства финансов Украины от 18.05.2000 № 288/4509. – Режим доступа : http://www.nibu.factor.ua/info/instrbuh/psbu7/. **3.** Международные стандарт бухгалтерского учета 40 (МСБУ 40) «Инвестиционное имущество» от 01.01.2012 [Электронный ресурс] : Приказ Министерства финансов. – Режим доступа : http://allmsfo.ru/msfo-ias-40.html. **4.** Международные стандарт бухгалтерского учета 16 (МСБУ 16) «Основные средства» 6 [Электронный ресурс] : Приказ Министерства финансов от 01.01.2012. Режим доступа : http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/929_014. **5.** Слободяник Ю. Б. Особенности и проблемы конвергенции национальных и международных стандартов учета и отчетности в Украине / Ю. Б. Слободяник, Ю. Н. Тимощенко // Международный бухгалтерский учет. – 2012. – № 22 (220). – С. 58–64.

ОСОБЛИВОСТІ СКЛАДАННЯ ТА РОЗПОДІЛУ БАЛАНСУ БЮДЖЕТНИХ УСТАНОВ

УДК 657.372

Ющенко С. В.

Магістрант 2 року навчання
факультету обліку і аудиту ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Визначено сутність поняття «баланс бюджетної установи» та розглянуто особливості методики складання балансу бюджетних установ, тобто установ, що фінансуються за рахунок державного бюджету, відповідно до національних стандартів бухгалтерського обліку.*

© Ющенко С. В., 2015

Ключові слова: *бухгалтерський облік, бюджетна установа, фінансова звітність, баланс, стаття балансу, розпорядник бюджетних коштів, облікові регістри.*

Аннотация. *Определена сущность понятия «баланс бюджетного учреждения» и рассмотрены особенности методики составления баланса бюджетных учреждений, то есть учреждений, финансируемых за счет государственного бюджета, в соответствии с национальными стандартами бухгалтерского учета.*

Ключевые слова: *бухгалтерский учет, бюджетное учреждение, финансовая отчетность, баланс, статья баланса, распорядитель бюджетных средств, учетные регистры.*

Annotation. *This article was the essence of the concept of "balance the budget entity" and the peculiarities of the balance sheet techniques budgetary institutions, institutions financed from the state budget, in accordance with national accounting standards.*

Keywords: *accounting, budgetary establishment, financial reporting, balance, balance sheet item, manager of budgetary facilities.*

Одним із основних завдань бюджетних установ є повне, достовірне та прозоре відображення наявної інформації про дійсний фінансовий стан у своїх фінансових звітах для внутрішніх і зовнішніх користувачів. На якість поданої фінансової звітності, її достовірність і відповідність усім висунутим їй вимогам і, відповідно, на ефективність і доцільність прийнятих на її основі управлінських рішень безпосередньо впливає організація складання та подання фінансової звітності. Тому дуже важливо приділяти велику увагу питанню складання фінансової звітності, його вдосконалення на основі наявних недоліків.

Аналіз останніх публікацій. Проблеми процесу організації складання та подання звітності в бюджетних установах розглядалися у працях відомих вітчизняних учених-економістів, серед яких : П. Атамас, Ю. Верига, С. Голов, Т. Корнієнко, Р. Джога, І. Ткаченко, О. Малишкін, Н. Чебанова та ін. Проте низка проблем на сьогодні потребують подальших досліджень і наукових розробок.

Мета цієї статті полягає у теоретичному та методологічному обґрунтуванні методики складання балансу бюджетної установи.

Завдання дослідження полягає у вивченні методики складання балансу бюджетної установи відповідно до національних стандартів бухгалтерського обліку.

Об'єктом дослідження є баланс бюджетної установи.

Предметом дослідження виступають особливості методики складання балансу установ, що фінансуються з державного бюджету.

Результати дослідження. Складання фінансової звітності для бюджетних установ є завершальним етапом бухгалтерського обліку і обробки даних, що містяться на облікових регістрах. При цьому на цих матеріальних носіях звітної інформації відсутні показники фінансування бюджетом, затверджені кошторисом. Інформація повинна мати стислу форму для чіткого розуміння і перегляду людьми, що приймають управлінські рішення [1].

Особливістю фінансової звітності, яку подають бюджетні установи, є обов'язкове державне регулювання та регламентування. Міністерство фінансів чітко регламентує порядок, склад, терміни подання, розгляд і затвердження фінансової звітності бюджетної установи. Усі бюджетні організації мають дотримуватися цих вимог.

«Баланс» (форма № 1) відноситься до фінансової звітності розпорядників бюджетних коштів. Баланс як форма фінансової звітності бюджетної установи містить узагальнені підсумкові показники, отримані внаслідок зіставлення та звірення відповідних даних бухгалтерського обліку станом на початок та на кінець звітного періоду [2].

У балансі бюджетних установ, як і в балансах промислових підприємств, реалізується принцип подвійного запису, тобто господарські засоби установи відображаються у двох розрізах: за їх речовим складом і розміщенням (актив балансу) та за джерелами їх формування і цільовим призначенням (пасив балансу).

Бухгалтерський баланс бюджетної організації – це метод групування та відображення на визначену дату засобів бюджетної організації по видах, розміщенню, використанню та джерелах їх утворення у грошовій оцінці. Статті балансу виконання кошторису видатків об'єднуються в економічно однорідні групи господарських коштів та джерел їх утворення – розділи балансу (рис. 1).

Актив балансу завжди дорівнює пасиву балансу. Це пояснюється тим, що в активі та пасиві відображено одні й ті самі кошти: в активі – за видами, в пасиві – за джерелами утворення. Наявність такої рівності, що є основним критерієм бухгалтерського балансу, підтверджує, що бухгалтерський баланс складено вірно. Склад статей активу балансу засвідчує належність бюджетних установ до галузей невиробничої сфери, а склад статей пасиву вказує, що це установи державної і комунальної форм власності, які утримуються повністю або частково за рахунок державного та (або) місцевих бюджетів [3].

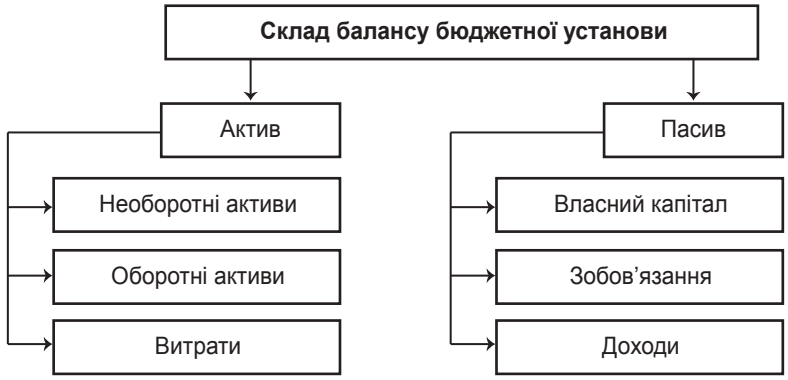


Рис. 1. **Складові бухгалтерського балансу бюджетної установи**

У пасиві балансу відображаються джерела утворення коштів. Основним джерелом утворення коштів бюджетної установи є бюджетне фінансування. Окремі бюджетні установи мають доходи по спеціальних коштах та інших позабюджетних коштах, котрі являються джерелами цільового фінансування.

Джерелами формування активів і витрат бюджетних установ є власні кошти (капітал), зобов'язання і доходи. Зобов'язання установи належать до залучених коштів. Вони виникають внаслідок минулих подій, і після їх урегулювання в майбутньому зменшиться економічна вигода установи через виплату готівки, передачу інших активів або безготівкового перерахування коштів [4].

До балансу бюджетних установ додаються довідки про рух асигнувань загального та спеціального фондів, які дають змогу органам Державного казначейства, фінансовим органам та вищим організаціям контролювати надходження й використання бюджетних і позабюджетних коштів. Усі бюджетні установи складають єдиний баланс за всіма коштами загального і спеціального фондів, тобто кошти бюджету і позабюджетні надходження та їх використання показуються в одному балансі.

Перед складанням річного звіту організації проводять інвентаризацію матеріальних цінностей, грошових коштів, розрахунків і здійснюють річне закриття рахунків. Необхідність цього закриття обумовлена тим, що єдині кошториси доходів і видатків установи складаються на рік, який співпадає з бюджетним роком, а в наступному році фінансування установи проводиться з бюджету нового року [5].

При закритті рахунків фактичні витрати організації, а також суми закритих 31 грудня невикористаних асигнувань на витрати установ списуються на відповідні рахунки фінансування. Ці операції оформляються бухгалтерськими записами, при цьому всі рахунки, з яких проводиться фінансування, дебетуються, а всі рахунки, з яких здійснюється списання, – кредитуються.

Витрати по спеціальних коштах, закінчених і прийнятих в експлуатацію об'єктів будівництва і капітального ремонту, проведені за рахунок спеціальних коштів, списуються за рахунок доходів по спеціальних коштах. До закриття рахунків поточного обліку складається спочатку баланс на 31 грудня, в якому відображаються операції за грудень і додаткові проводки, які випливають з річної інвентаризації [2].

Бухгалтерські проводки, які складаються при закритті рахунків, оформляються відповідними записами. При списанні закритих наприкінці року залишків невикористаних асигнувань на утримання організацій робляться такі записи:

1) у дебет субрахунку 140 «Розрахунки по фінансуванню з бюджету на видатки установи та інші заходи» списується залишок по субрахунку 200 «Видатки по бюджету на утримання установи та інші заходи»;

2) у дебет субрахунку 400 «Доходи по спеціальних коштах» списується залишок по субрахунку 211 «Видатки по спеціальних коштах».

Бюджетні організації для здійснення своєї діяльності отримують необхідні кошти з бюджету, тому вони не наділяються власними оборотними коштами. У балансі бюджетної установи відсутній рахунок «Статутний фонд», рахунку «Основні засоби» відповідають рахунки «Фонди в основних засобах» та «Знос основних засобів», а рахунку «Малоцінні та швидкозношувані предмети» – рахунок «Фонд у малоцінних та швидкозношуваних предметах» [4].

Інші матеріальні цінності, грошові кошти і кошти в розрахунках покриваються в пасиві балансу, як правило, фінансуванням із бюджету та доходами спеціальних коштів, а також частково кредиторською заборгованістю. У бюджетних установах не утворюється амортизаційний фонд, оскільки необхідні кошти на поповнення та ремонт основних засобів вони повністю отримують з бюджету. Тому й в балансі немає рахунків з обліку амортизаційного фонду [5].

Висновки. Для керівництва бюджетною установою або організацією потрібно мати достовірну та вичерпну інформацію про загальний обсяг і використання коштів, джерела їх утворення, стан та розміщення цих коштів.

Такі дані отримують за допомогою одного з елементів методу бухгалтерського обліку – бухгалтерського балансу. Для вдосконалення методики складання балансу установи, що фінансується за рахунок бюджетних коштів, необхідні більш детальні дослідження.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Леонова Ю. О.

Література: 1. Атамас П. Й. Основи обліку в бюджетних організаціях : навч. посіб. / П. Атамас. – Київ : Центр навч. літ., 2006. – 284 с. **2.** Голов С. Управлінський облік : підручник / С. Голов. – 3-тє вид. – Київ : Лібра, 2008. – 703 с. **3.** Корнієнко Т. В. Облік у бюджетних установах : навч. посіб. / Т. Корнієнко. – Київ : Центр навч. літ., 2009. – 535 с. **4.** Джога Р. П. Бухгалтерський облік у бюджетних установах : підручник / Р. Джога. – Київ : КНЕУ, 2008. – 483 с. **5.** Ткаченко І. Т. Звітність бюджетних організацій : навч. посіб. / І. Ткаченко. – Київ : КНЕУ, 2009. – 216 с.

МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ ЩОДО ВИЗНАЧЕННЯ ПОНЯТТЯ «ДЕБІТОРСЬКА ЗАБОРГОВАНІСТЬ»

УДК 657.212

Ярмішко С. В.

Магістрант 2 року навчання
факультету обліку і аудиту ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Досліджено сутність дебіторської заборгованості, визначено основні переваги та важливі недоліки у визначеннях цього поняття різними авторами; розглянуто підхід до тлумачення цього терміна закордонними авторами. Проаналізувавши всі розглянуті терміни, запропоновано власне тлумачення терміна «дебіторська заборгованість».*

Ключові слова: *дебіторська заборгованість, резерв сумнівних боргів, дебітори, кредит, кошти, борг, розрахунки.*

Аннотация. *Исследована сущность дебиторской задолженности, определены основные преимущества и важные недостатки в определениях данного понятия разными авторами; рассмотрен подход к толкованию данного понятия зарубежными авторами. Проанализировав все рассмотренные понятия, предложено собственное толкование термина «дебиторская задолженность».*

Ключевые слова: *дебиторская задолженность, резерв сомнительных долгов, дебиторы, кредит, средства, долг, расчеты.*

Annotation. *In the article the essence of receivables, the main advantages and disadvantages are important in the definition of the concept of different authors, the approach to the interpretation of the term foreign authors also analyzed all the above terms offered their own interpretation of the term «receivables».*

Keywords: *accounts receivable, allowance for doubtful debts, debtors, credit, money, debt payments.*

Актуальність дослідження. На сучасному етапі найбільшої актуальності набувають питання сумнівних або безнадійних боргів. Адже діяльність майже всіх підприємств України характеризується погіршенням їх фінансового стану, оскільки кожне з них має короткострокову або довгострокову дебіторську заборгованості, яка, у свою чергу, веде до погіршення фінансового стану підприємства, позбавляє його інвестиційної привабливості, а інколи призводить до банкрутства. Тому проблема ефективного управління дебіторською заборгованістю виходить на перший план. При цьому необхідним етапом розроблення стратегії управління дебіторською заборгованістю є дослідження сутності такого поняття, як «дебіторська заборгованість», виявлення його особливостей та закономірностей із метою використання набутих знань під час розробки стратегії та прийняття управлінських рішень.

© Ярмішко С. В., 2015

Аналіз останніх публікацій. Значний внесок у дослідження питання дебіторської заборгованості зробили такі вітчизняні та зарубіжні вчені, як: А. Мороз, В. Лінніков, В. Золотогоров, М. Дембінський, В. Макаров, Н. Грабова, Т. Бланк, С. Голов, Н. Ткаченко, Н. Науменко, Д. Стоун, К. Хітчинг, Г. Кірейцев та ін.

Однак до цього часу вчені не дійшли одноголосного висновку щодо дебіторської заборгованості, тому існує необхідність у подальшому вивченні визначення дебіторської заборгованості.

Метою дослідження є уточнення визначення поняття «дебіторська заборгованість» та її класифікації з метою подальшого використання, а також під час розробки стратегії управління дебіторською заборгованістю.

Реалізація поставленої мети обумовила такі завдання дослідження:

- розглянути визначення сутності поняття «дебіторська заборгованість»;
- визначити переваги та недоліки у визначеннях цього поняття різних авторів;
- запропонувати власне тлумачення терміна «дебіторська заборгованість».

Об'єктом дослідження є методичні підходи щодо визначення поняття «дебіторська заборгованість».

Предметом дослідження є теоретичні засади формування, закономірності дослідження цього поняття.

Результат дослідження. Теоретичним підгрунтям для розгляду сутності поняття «дебіторська заборгованість» є розкриття сутності таких категорій, як: «борг», «заборгованість», «дебітор», «розрахунки».

Дебіторська заборгованість, як і інші активи підприємства, відображається в балансі тільки при дотриманні загальної вимоги, яка пред'являється до активів національними стандартами, а саме:

– може бути достовірно визначена грошова оцінка цієї дебіторської заборгованості;

– у майбутньому очікується одержання від неї економічних вигод, тобто одержання грошових коштів, товарів, інших активів або зменшення зобов'язань.

Автори фінансового словника Загородній А. Г., Вознюк Г. Л., Смовженко Т. С. визначають заборгованість як суму фінансових зобов'язань чи грошового боргу, що підлягає погашенню. Майже ідентичним є поняття заборгованості в економічному словнику, а саме як суми невиконаного зобов'язання, несплаченого боргу. Можна погодитися з думкою авторів щодо виділення окремо таких категорій, як зобов'язання і борг. Борг – це грошова сума, взята в позичку на певний термін і на певних умовах. Поняття боргу є вужчим, ніж поняття зобов'язання [1].

У бухгалтерському обліку зобов'язання визначається як оформлені договором цивільно-правові відносини, в силу яких одна сторона зобов'язана здійснити на користь іншої певні дії або утриматись від певних дій, та як сума коштів, яка має бути сплачена на певну дату в майбутньому, або зобов'язання підприємства щодо передачі певних активів чи надання послуг іншому підприємству у майбутньому. Зобов'язання існує тільки тоді, коли йому відповідає нормативно-правовий документ. Слід зазначити, що Білик М. Д. також розрізняє поняття «зобов'язання» і «борг», але водночас дає визначення боргу як зобов'язанню особи перед іншою особою, що є не досить коректним [2].

Категорія «зобов'язання» тісно пов'язана з категоріями «розрахунки» і «заборгованість». Під час визначення терміна «розрахунки» виникають дискусії, які можна виділити в три основні позиції. Відповідно до першої з них розрахунки – це система взаємовідносин. Щодо другої позиції – розрахунки вважають безпосередньо взаємовідносинами. Третя група вчених лише пояснює економічну сутність розрахунків без наведення їх визначення.

Важливим поняттям, яке розкриває сутність дебіторської заборгованості, є «дебітор».

Згідно з П(С)БО 10 «Дебіторська заборгованість» дебітори – це юридичні та фізичні особи, які внаслідок минулих подій заборгували підприємству певні суми грошових коштів, їх еквівалентів або інших активів [1].

Слід зазначити, що закордонні та вітчизняні вчені визначають термін «дебіторська заборгованість» порізному. Тлумачення цього поняття різними науковцями зазначено в табл. 1.

Таблиця 1

Підходи до визначення сутності дебіторської заборгованості

Джерело	Визначення терміна «дебіторська заборгованість»
1	2
П(С)БО 10 «Дебіторська заборгованість»	Суми заборгованості дебіторів підприємству на певну дату
Мороз А.	Сума боргів, що належать підприємству, організації, установі від юридичних осіб і виникають у процесі господарської діяльності підприємств, організацій, установ
Лінніков В.	Заборгованість юридичних або фізичних осіб, що виникла у процесі господарської діяльності певного підприємства, організації чи установи
Голов С.	Фінансовий актив, що є контрактним правом однієї сторони отримати гроші й узгоджується з відповідним зобов'язанням сплати іншої сторони
Стоун Д., Хітчинг К.	Сума боргів, що винні підприємству юридичні або фізичні особи та які виникли внаслідок господарських взаємовідносин із ними

Закінчення табл. 1

1	2
Лищенко О.	Фінансовий актив, який є контрактним правом отримувати грошові кошти або цінні папери від іншого підприємства
Крайник О., Клепікова З.	Форма відстрочки платежу – відкритий кредит (неформальна або формальна угода, яка передбачає виконання послуг замовником або реалізації продукції покупцю з відстрочкою оплати за них
Момот Т.	Безвідсоткова позика контрагентам
Кірейцев Г.	Складова оборотного капіталу, яка є комплексом вимог до фізичних чи юридичних осіб щодо оплати товарів, продукції, послуг
Макаров В.	Кошти в розрахунках, що, на думку авторів, становлять борги інших підприємств або осіб цьому підприємству

Виходячи з вищевикладеного, можна дійти висновку, що дебіторська заборгованість – це сума боргів суб'єктів господарської діяльності щодо оплати за товари, роботи та послуги, що їм надавалися і включаються до підсумку балансу за їх реалізаційною вартістю [3].

Цікавий підхід до тлумачення дебіторської заборгованості зазначений у закордонних авторів. Так, accounts receivable (англ.) поряд із дебіторською заборгованістю має такі варіанти перекладу: рахунки до отримання, рахунки дебіторів, дебітор за розрахунками. Зокрема, як зазначають Д. Стоун та К. Хітчинг: дебіторська заборгованість має назву «рахунки до отримання», а дебітори – це особи, які винні гроші за вже одержані товари і послуги, але не оплачені ними [4, с. 28–44].

Професори Гарвардського університету Зві Боді і Роберт К. Мертон визначають дебіторську заборгованість як «рахунки до отримання», зазначаючи, що це сума, яку покупці продукції мають виплатити корпорації.

Що стосується сучасних вітчизняних учених, то Дубровська Є. В. визначає дебіторську заборгованість як неоплачені юридичними та фізичними особами товари (роботи, послуги) та / або вилучені кошти з кругообігу підприємства, що мають документальне підтвердження, яке надає право на отримання боргу у вигляді грошових коштів, їх еквівалентів або інших активів. Деякі українські вчені розглядають дебіторську заборгованість як кошти, вилучені у підприємства, або які на певний термін знаходяться в інших осіб. Ми вважаємо таку дефініцію не досить коректною, оскільки вона потребує уточнення [5, с. 75].

Так, кошти, що вилучені у підприємства, не завжди перетворюються у дебіторську заборгованість. Крайник О. П., Клепнікова З. В. визначають дебіторську заборгованість як форму відкритого кредиту (табл. 1). Поняття «кредит» тісно пов'язане з поняттям дебіторської заборгованості, але ототожнювати їх не слід. Товарний (комерційний) кредит варто розглядати як передумову виникнення дебіторської заборгованості за товари, роботи, послуги [1].

На підставі проведеного дослідження визначення сутності поняття «дебіторська заборгованість» пропонуємо авторське тлумачення цього терміна, а саме як показника фінансового стану підприємства, який являє собою суму заборгованості на користь підприємства на певну дату за наданий комерційний та споживчий кредити покупцям, а також авансування постачальників, щодо яких у підприємства з'являється майнове право вимоги оплати боргу.

Напрямки подальших досліджень. Таким чином, виявлено, що більшість науковців, даючи визначення поняттю «дебіторська заборгованість», розглядають тільки один бік дослідження, що є недоліком. Пропонується розглянути дебіторську заборгованість як показник фінансового стану підприємства, який являє собою суму заборгованості на користь підприємства на певну дату за наданий комерційний та споживчий кредити покупцям, а також авансування постачальників, щодо яких у підприємства з'являється майнове право вимоги оплати боргу.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Пасенко Н. С.

Література: 1. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку № 10 «Дебіторська заборгованість» [Електронний ресурс] : Наказ Міністерства фінансів України від 08.10.1999 № 237. – Режим доступу : http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/z0725-99. **2.** Бутинець Ф. Ф. Бухгалтерський фінансовий облік : підручник / Ф. Ф. Бутинець та ін. ; під заг. ред. Ф. Ф. Бутинця. – Житомир : Рута, 2009. – 912 с. **3.** Білик М. Д. Управління дебіторською заборгованістю підприємств / М. Д. Білик // Фінанси України. – 2003. – № 12. – С. 24–36. **4.** Голов С. Ф. Фінанасовий облік : підручник / С. Ф. Голов, В. М. Костюченко, І. Ю. Кравченко та ін. – Київ : Лібра, 2005. – 976 с. **5.** Дубровська Є. В. Дослідження сутності поняття «Дебіторська заборгованість» / Є. В. Дубровська // Вісник Сумського державного університету. – Суми : СумДУ, 2009. – № 2. – С. 202–205. **6.** Кужельний М. Теоретичні аспекти бухгалтерського обліку / М. Кужельний // Бухгалтерський облік і аудит. – 2013. – № 8/9. – С. 45–49.