



АНАЛІТИК
АУДИТОРСЬКА ФІРМА



ЕКОНОМІКА ФІНАНСИ ПРАВО

ЩОМІСЯЧНИЙ ІНФОРМАЦІЙНО-АНАЛІТИЧНИЙ ЖУРНАЛ

№ 1/1'2018

(видається з 1994 року)

ISSN 2409-1944

Журнал включено до переліку наукових фахових видань України, в яких можуть публікуватися результати дисертаційних робіт на здобуття наукових ступенів доктора і кандидата з економічних і юридичних наук

Наказ Міністерства освіти і науки України від 21 грудня 2015 р. №1328 (економічні науки), Наказ Міністерства освіти і науки України від 11 липня 2016 р. № 820 (юридичні науки). Реєстраційне свідоцтво серії КВ № 21620-11520ПР від 12 жовтня 2015 р.

Рішення Аудиторської палати України від 21.12.2017 № 353/10 (фахове видання з обліку та аудиту).

Журналу присвоєно міжнародний ідентифікаційний номер ISSN 2409-1944 та включено до міжнародної наукометричної бази *Index Copernicus*.

Засновники:

Аудиторська фірма "Аналітик" спільно з Таврійським національним університетом ім. В.І. Вернадського та Національною академією внутрішніх справ України

Статті обов'язково проходять

відбір, внутрішнє і зовнішнє рецензування

Рекомендовано до друку та до поширення через мережу Інтернет Вченою радою Національної академії внутрішніх справ України (Протокол № 29 від 21 грудня

2017 року) та Вченою Радою Таврійського національного університету ім. В.І. Вернадського (Протокол № 45 від 21 грудня 2017 року). Повний або частковий передрук матеріалів журналу допускається лише за згодою редакції.

Відповідальність за добір і викладення фактів несуть автори. За зміст та достовірність реклами несе відповідальність рекламодавець.

Підписано до друку 24.01.2018

Формат 60/84/8

Наклад – 250 прим.

Адреса редакції: 01001, м. Київ, вул. Хрещатик, 44

Телефони: (050) 735-43-41, (096) 221-88-61

Факс: (044) 278-05-88

E-mail: efp.redaktor@gmail.com

Сайт: www.efp.in.ua



Суб'єкт видавничої справи

© "Аналітик", 2018

© "Економіка. Фінанси. Право",

2018

Типографія: ТОВ "Міжнародний бізнес центр"

Керівник редакційної колегії з економічних наук:

Дацій Олександр Іванович, д.е.н., професор, в.о. ректора Академії муніципального управління, Заслужений працівник освіти України

Заступник керівника редакційної колегії з економічних наук:

Бутинець Тетяна Анатоліївна, д.е.н., професор, професор кафедри економіко-правових дисциплін Національної академії внутрішніх справ

Члени редакційної колегії з економічних наук:

Бондар Валерій Петрович, професор кафедри аудиту КНЕУ, директор аудиторської фірми "HLB UKRAINE", член Аудиторської палати України

Величко Олена Георгіївна, Радник Першого віце-прем'єр міністра України – Міністра економічного розвитку і торгівлі України, член Аудиторської палати України

Вініченко Ігор Іванович, д.е.н., професор, завідувач кафедри економічної теорії та економіки сільського господарства Дніпропетровського державного аграрно-економічного університету

Іванюта Василь Фалімонович, д.е.н., доцент, професор кафедри бізнес-адміністрування та зовнішньоекономічної діяльності Полтавського університету економіки і торгівлі

Клименюк Микола Миколайович, д.е.н., професор, завідувач кафедри менеджменту Академії муніципального управління

Кондрашихін Андрій Борисович, д.е.н., доцент, завідувач кафедри державних та місцевих фінансів Академії муніципального управління

Корецька Світлана Олександрівна, д.е.н., доцент

Манцевич Юрій Миколайович, д.е.н., доцент, завідувач секретаріату Комітету Верховної Ради України з питань будівництва, містобудування і житлово-комунального господарства

Невелєв Олександр Михайлович, д.е.н., доцент, завідувач кафедри менеджменту зовнішньоекономічної діяльності та адміністративного менеджменту Академії муніципального управління

Потішняк Олена Миколаївна, д.е.н., доцент, професор кафедри організації виробництва, бізнесу та менеджменту Харківського національного технічного університету сільського господарства імені Петра Василенка

Прушківський Володимир Геннадійович, д.е.н., професор, перший проректор Запорізького національного технічного університету

Редько Олександр Юрійович, д.е.н., перший проректор з науково-педагогічної роботи, професор, академік НАСОНА, член Аудиторської палати України

Сук Петро Леонідович, д.е.н., доцент, професор кафедри бухгалтерського обліку і аудиту Національного університету біоресурсів і природо-користування України

Ткаченко Сергій Анатолійович, к.е.н., доцент, виконуючий обов'язки ректора Вищого навчального закладу «Міжнародний технологічний університет «Миколаївська політехніка»

Царенко Оксана В'ячеславівна, д.е.н., доцент, завідувач кафедри обліку і аудиту Академії муніципального управління

Керівник редакційної колегії з правових наук:

Константинов Сергій Федорович, д.ю.н., професор, завідувач кафедри адміністративної діяльності НАВС

Заступник редакційної колегії з правових наук:

Лоцихін Олександр Миколайович, д.ю.н., професор, декан юридичного факультету Академії муніципального управління, Заслужений економіст України

Члени редакційної колегії з правових наук:

Баймуратов Михайло Олександрович, д.ю.н., професор, завідувач кафедри конституційного, адміністративного та міжнародного права Маріупольського державного університету, заслужений діяч науки і техніки України

Бичкова Світлана Сергіївна, д.ю.н., професор, заступник начальника кафедри цивільного права і процесу Національної академії внутрішніх справ

Василинчук Віктор Іванович, д.ю.н., професор, професор кафедри спеціальної техніки та оперативно-розшукового документування Національної академії внутрішніх справ, заслужений юрист України

Глушков Валерій Олександрович, д.ю.н., професор, завідувач спеціальною кафедрою № 1 Національної академії Служби безпеки України, заслужений юрист України

Джуржа Олександр Миколайович, д.ю.н., професор, головний науковий співробітник відділу організації науково-дослідної роботи Національної академії внутрішніх справ, заслужений юрист України

Кампо Володимир Михайлович, к.ю.н., доцент, громадський діяч, заслужений юрист України

Клименко Олена Вікторівна, к.ю.н., доцент, доцент кафедри теорії, історії держави і права та конституційного права Академії муніципального управління

Кононенко Леонід Минович, к.ю.н., професор, професор кафедри муніципального, цивільного та адміністративного права Академії муніципального управління

Копан Олексій Володимирович, д.ю.н., професор, провідний науковий співробітник наукової лабораторії з проблем досудового розслідування навчально-наукового інституту № 1

Литвин Олександр Петрович, к.ю.н., професор, професор кафедри публічно-правових дисциплін Університету сучасних знань

Луць Володимир Васильович, д.ю.н., професор, завідувач відділу проблем приватного права Науково-дослідного інституту приватного права і підприємництва імені академіка Ф.Г. Бурчака НАПрН України, заслужений діяч науки і техніки України

Озерський Ігор Володимирович, д.ю.н., доцент, професор кафедри кримінального права та правосуддя Запорізького національного університету, академік міжнародної кадрової академії, відмінник освіти України, радник юстиції

Приходько Христина Вікторівна, к.ю.н., професор, доцент кафедри муніципального, цивільного та адміністративного права Академії муніципального управління

Фрицький Юрій Олександрович, д.ю.н., професор, професор кафедри теорії, історії держави і права та конституційного права Академії муніципального управління

Шеф-редактор:

Головач Володимир Володимирович, к.ю.н., голова правління Аудиторської фірми "Аналітик", Заслужений юрист України

Технічний редактор:

Куцяк Олександр Анатолійович

Випусковий редактор:

Туманян Анна Оганесівна

ЗМІСТ

<i>А.А. ЧУПЕТА</i> . Стан та проблеми розвитку мікропідприємництва в Україні	4
<i>Д.М. ГРИДЖУК</i> . Інноваційні проекти у роздрібному банківському секторі на глобальному рівні	10
<i>М.М. ІЛЛЯШ, О.І. ХОМЕНКО</i> . Огляд стану ринку автомобільних запчастин і позиції ТОВ "Тера Нова Девелопмент" на ньому	14
<i>Н.П. КУХАР, С.В. ПРИЙМАК</i> . Облікова політика в управлінні агропідприємством	21
<i>О.Є. КУЗЬМІН, О.Г. МЕЛЬНИК, Л.В. ЖУК</i> . Метод симптоматичної діагностики стану системи наукової діяльності університету	25
<i>Є.В. МАКАЗАН</i> . Корпоративна культура як міцна конкурентна перевага	35
<i>О.П. ОВСАК, О.В. ПЕТРИЧЕНКО</i> . Реструктуризація як інструмент антикризового управління підприємством	39
<i>О.Г. ПОНОМАРЕНКО</i> . Облік розрахунків з підзвітними особами: труднощі очевидного	42
<i>В.І. ЗАХАРЧЕНКО, Т.К. МЕТІЛЬ</i> . Розробка комплексу маркетингу у промисловості регіону	47

АНОТАЦІЇ, КОМЕНТАРІ, КОНСУЛЬТАЦІЇ

Огляд актуальних новин законодавства, що вступили в дію з січня 2018 р.	53
Спростування плагіату	65
<i>А. ТУМАНЯН</i> . Аналітичний огляд статті "Auditor reporting standards implementation: key audit matters" ("Реалізація стандартів звітності аудиторів: ключові питання аудиту")	66

ЧУПЕТА

УДК 338

Аліна Анатоліївна
alina_chupeta@ukr.net

СТАН ТА ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ МІКРОПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ

STATE AND THE PROBLEMS OF DEVELOPMENT OF MICROENTERPRISES
IN UKRAINEасистент, ЕГФ ЗНУ у
м. Мелітополь

Стаття присвячена визначенню змісту та суті мікропідприємництва України. В статті систематизовані основні проблеми розвитку мікробізнесу, а також наведені основні шляхи щодо їх вирішення.

Статья посвящена определению сущности микропредпринимательства Украины. В статье систематизированы основные проблемы развития микро бизнеса, а также представлены основные пути по их решению.

The article is devoted determination of essence of microenterprises' of Ukraine. In the article the basic problems of development by microbusiness are systematized and possible ways of their overcoming are presented.

Ключові слова: підприємництво, мікропідприємство, проблеми розвитку мікропідприємств

Ключевые слова: предпринимательство, микропредприятие, проблемы развития микропредприятий

Keywords: enterprise, microenterprise, problems of development of microenterprises

ВСТУП

В умовах трансформації економіки України до ринкового типу господарювання особливого значення набуває становлення та розвиток підприємництва як основи виробничого потенціалу країни. Важко недооцінити значення капілярів в серцево-судинній системі організму людини, так і значення мікропідприємств в системі національного виробництва. Ефективне функціонування мікропідприємств забезпечує господарство країни гнучкістю, мобілізує фінансові та матеріальні ресурси, значно впливає на процеси зайнятості населення, регулює соціально-психологічну напругу серед населення країни. На відміну від великих підприємств, мікропідприємства зазвичай націлені на задоволення потреб регіону, сприяють підтриманню високого рівня добросовісної конкуренції, а результируючий показник діяльності – прибуток(дохід), впливає на суми податкових надходжень до місцевих бюджетів – джерела фінансування та розвитку соціальної інфраструктури. Тому гармонійний розвиток дрібного підприємництва є запорукою економічного зростання країни в цілому. Однак на шляху свого розвитку підприємство стикається з безліччю проблем. Певну сукупність з них – воно може вирішити власними силами, або залучити експертів, більша частина – проблеми, які повинні вирішуватися на рівні держави.

Дослідженню проблем розвитку малого підприємництва приділено дуже багато уваги науковцями, практиками, працівниками органів державної влади. Вагомий внесок у дослідження ролі малого підприємництва в національній економіці зробили такі вчені: З.С.Варналій, В.Г. Лапуста, М.М. Хурса, Т.А. Говорушко, Р. Хіллари, О. З.Деніга. Дослідженню проблем розвитку та оподаткування малого підприємництва приділили увагу В. Виговська, Г. П'ятницька, Н. Ткачук, О. Іванілова. П.В Круш та Кли-

менко О.В. значну увагу приділи вивченню впливу інфляції на діяльність підприємства. Проблеми автоматизації обліку на підприємстві проаналізовано в дослідженні С.А. Рогачової. В.М. Даніч проаналізував вплив валютних коливань на діяльність підприємств різних галузей економіки. Враховуючи величезну кількість праць з аналізу даного питання, проблеми розвитку дрібного підприємництва залишаються досить дискусійними, що і обумовлює вибір теми дослідження.

МЕТА РОБОТИ

Метою роботи є аналіз та систематизація основних проблем розвитку мікропідприємств України, а також формування основних рекомендацій щодо можливих шляхів мінімізації їх впливу на діяльність підприємств.

МЕТОДИ ДОСЛІДЖЕННЯ

Інформаційною базою дослідження є наукові праці провідних вітчизняних вчених, статистичні дані, матеріали фахових он-лайн видань у сфері фінансів. При проведенні дослідження використовувались методи аналізу та синтезу, порівняння, структурного аналізу, графічний метод.

РЕЗУЛЬТАТИ

Виявлення сутності підприємництва перш за все забезпечується дослідженням літератури щодо визначення сутності даного поняття, функцій та ролі. Проаналізувавши праці вітчизняних вчених та законодавчу базу України, можна зробити висновок, що кожне визначення не суперечить фактичному вираженню підприємництва в сучасному вигляді, сутність малого підприємства зводиться до його економічної та соціальної значущості (табл.1).

Сутність та ознаки підприємництва

Варналій З.С. [1]	Мале підприємництво — це самостійна (за рахунок власних коштів) систематична інноваційна діяльність громадян-підприємців та малих підприємств на власний ризик з метою отримання підприємницького доходу. Характеризується: економічною самостійністю та автономною волею її суб'єктів; ініціативністю; творчим новаторським характером, інноваційністю; систематичністю; здійснюється на власний ризик і під певну особисту майнову відповідальність; здійснюється з метою одержання надприбутку (підприємницького доходу)
Л.І. Донець [2] Н.Г. Романенко	Підприємництво — це комплекс особливих функцій, які виконуються в економіці, спрямований на забезпечення розвитку і вдосконалення господарського механізму, постійне оновлення економіки господарюючих суб'єктів, створення інноваційного поля діяльності. Особливості: перевага приватної власності на засоби виробництва; юридична та економічна незалежність; спрощена система управління; ініціативний характер діяльності.
Господарський кодекс України [12]	Приватним підприємством визнається підприємство, що діє на основі приватної власності одного або кількох громадян, іноземців, осіб без громадянства та його (їх) праці чи з використанням найманої праці.
Податковий кодекс України [13]	Підприємництво - це безпосередня самостійна, систематична, на власний ризик діяльність по виробництву продукції, виконанню робіт, наданню послуг з метою отримання прибутку, яка здійснюється фізичними та юридичними особами, зареєстрованими як суб'єкти підприємницької діяльності у порядку, встановленому законодавством. Принципи: вільний вибір видів діяльності; залучення на добровільних засадах до здійснення підприємницької діяльності майна та коштів юридичних осіб і громадян; самостійне формування програми діяльності та вибір постачальників і споживачів вироблюваної продукції, встановлення цін відповідно до законодавства; вільний найм працівників; залучення і використання матеріально-технічних, фінансових, трудових, природних та інших видів ресурсів, використання яких не заборонено або не обмежено законодавством.

Для чіткого розуміння сутності саме мікропідприємства необхідно окреслити основні його параметри. Відповідно до ст. 2 Закону України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні», усі підприємства (окрім бюджетних установ) можуть належати до мікропідприємств, малих, середніх або великих підприємств. Мікропідприємствами є підприємства, показники яких на дату складання річної фінансової звітності за рік, що передує звітному, відповідають щонайменше двом з таких критеріїв:

- балансова вартість активів – до 350 тисяч євро;
- чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) – до 700 тисяч євро;
- середня кількість працівників – до 10 осіб.

Галузева приналежність підприємства не береться до уваги [4].

Аналізуючи дані Державної служби статистики, слід відзначити скорочення загальної кількості мікропідприємств. Так, на кінець 2016 р. на території України, окрім території АР Крим та зони проведення антитерористичної операції, загальна кількість мікропідприємств становила 1800736 од., що дорівнює 96,5 % від загальної кількості зареєстрованих, що на 5,76 % (110094 од.) менше за 2015 р. (96,7 % від загальної кількості зареєстрованих) (рис. 1).

Кількість зайнятих працівників на мікропідприємствах у 2016 р. становила 2814,7 тис. осіб, що на 2,2 % менше порівняно з 2015 р. – 2878,6 тис. осіб.

Обсяг реалізованої продукції, (товарів, послуг) мікропідприємствами у 2016 р. склав 811546,4 млн. грн., що становить 12,06 % від загального усіма суб'єктами господарювання, що майже на 22 % більше ніж у 2015 р. – 665725,8 млн. грн.

Слід зазначити, що не дивлячись на зменшення загальної кількості підприємств, їх виробнича потужність не знизилась, про що свідчить зростання обсягу реалізованої продукції, адже мікропідприємства є більш гнучкими та пристосованішими до змін на ринку, їм легше переорієнтуватися на існуючий попит та акумулювати для цього необхідні фінансові ресурси.

В ході своєї діяльності мікробізнес стикається з безліччю проблем. Вони виникають як на початку створення власної справи та проявляються в період її здійснення. Вважаємо за необхідне здійснити розподіл цих проблем на зовнішні та внутрішні (рис. 2).

Зовнішні проблеми розвитку мікробізнесу – це фактори та умови, що існують незалежно від підприємства, але здійснюють істотний негативний вплив на розвиток останнього.

Внутрішні проблеми розвитку мікробізнесу – сукупність факторів та умов, що існують в межах підприємства, неавтоматично створюються апаратом підприємства та здійснюють негативний вплив на розвиток останнього.

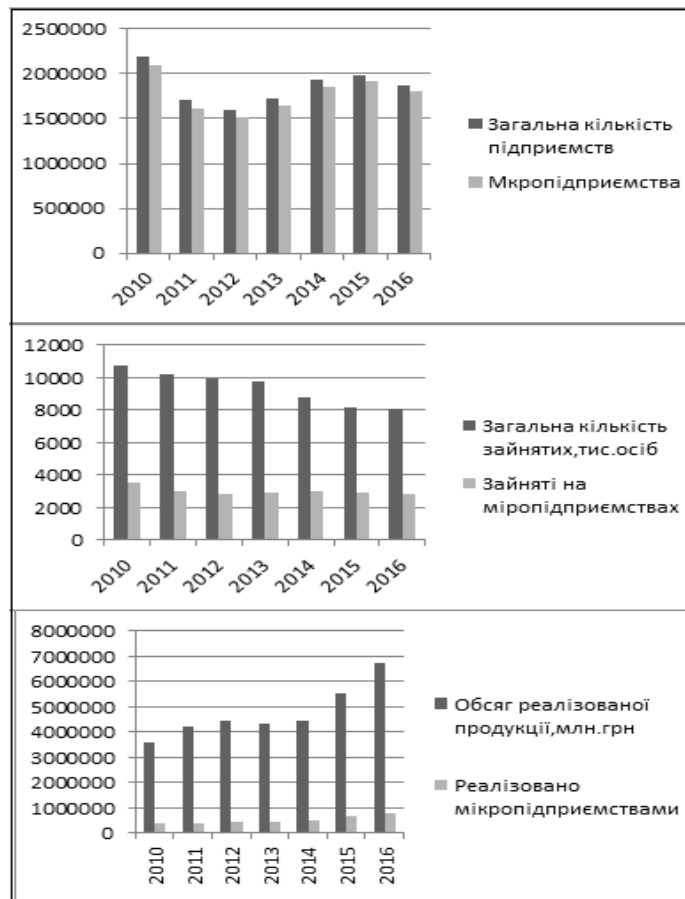


Рис. 1. Показники статистики по мікропідприємствам [11]



Рис. 2. Проблеми розвитку мікропідприємств

Сьогодні, відповідно до Господарського кодексу України, Закону України «Про розвиток та державну підтримку малого і середнього підприємництва в Україні», Постанови Кабінету Міністрів України «Про затвердження Державної стратегії регіонального розвитку на період до 2020 року» основними напрямками державної політики у сфері розвитку малого підприємництва в Україні є:

- запровадження спрощеної системи оподаткування, обліку та звітності;
- залучення суб'єктів малого підприємництва до виконання науково-технічних, соціально-економічних програм, здійснення постачання продукції (робіт, послуг) для державних та регіональних потреб;
- забезпечення фінансової державної підтримки малих підприємств шляхом запровадження державних програм кредитування, зокрема, надання гарантій для отримання кредитів, часткової компенсації відсоткових ставок за кредитами тощо;
- гарантування прав суб'єктів малого підприємництва під час здійснення державного нагляду (контролю) у сфері господарської діяльності: недопущення монополізму та недобросовісної конкуренції, контроль і охорона земель, лісів та водних ресурсів;
- організація підготовки, перепідготовки та підвищення кваліфікації кадрів для суб'єктів малого підприємництва;

– упровадження механізмів сприяння та стимулювання до використання у виробництві суб'єктами малого підприємництва новітніх технологій та технологій, що забезпечують підвищення якості товарів (робіт, послуг) [7, 8, 9, 12].

Однак варто зазначити, що більшість з процитованих положень діють лише на папері, адже через низьку інформованість більшості адресатів (мікропідприємств) даних положень навіть не знають про існування таких програм, а також механізм їх здійснення. А до постійних змін в законодавстві підприємці не встигають пристосовуватись.

Державна фінансова підтримка мікропідприємства включає насамперед податкові та кредитні методи впливу на цей сектор економіки. Так існування спрощеної системи бухгалтерського обліку значно підтримує та сприяє розвитку мікробізнесу в Україні, але збільшення розміру бази нарахування податків значно посилює податковий тиск на цих суб'єктів господарювання. Так, наприклад, для 1 та 2 груп платників Єдиного податку розмір щомісячних відрахувань з початку 2015 по 2017 рр. зріс на 32 % та 162 % відповідно. Дещо посилюється податковий тиск і на суб'єктів агросфери, адже з 1 січня 2017 р. припинено дію спеціального режиму оподаткування ПДВ для сільгосппідприємств [13]. Динаміка змін податкового навантаження на діяльність мікробізнесу представлено у табл. 2.

Таблиця 2

Податкове навантаження на діяльність мікробізнесу

Рік	2015	2016	2017	2018
1 група	121,8	137,8	160	372 ¹ /410 ²
2 група	243,6	275,6	640	746 ¹ /840 ²
3 група	2% від доходу для платника ПДВ; 4% для неплатника ПДВ	3% від доходу для платника ПДВ; 5% для неплатника ПДВ	3% від доходу для платника ПДВ; 5% для неплатника ПДВ	3% від доходу для платника ПДВ; 5% для неплатника ПДВ
4 група	залежить від категорії земель та їх нормативної грошової оцінки			
Загальна система оподаткування	18 %	18 %	18 %	18 %
Мінімальна заробітна плата на 1.01	1218	1378	3200	3723 ¹ / 4100 ²
Прожитковий мінімум на 1.01	1176	1330	1600	1700 ¹

Примітка: 1 - за затвердженням Проектом державного бюджету; 2 - у разі зміни розміру мінімальної заробітної плати до 4100 грн.

Обсяг щорічних асигнувань на державну підтримку підприємництва визначається у видатковій частині Державного бюджету України. Розпорядником цих коштів є Державний комітет України з питань регуляторної політики та підприємництва. Передбачається, що органи державної влади та місцевого самоврядування можуть виділяти для підтримки підприємства кошти в розмірі не менше 0,5 % річних доходів відповідних бюджетів. Однак для отримання цих коштів доведеться витратити багато часу, пройти безліч кабінетів та надати купу документів.

Комерційні банки в носіях рекламного характеру пропонують надання своєї допомоги на фінансування поточної діяльності бізнесу: юридичним особам та фізичним особам-підприємцям. Провівши огляд

основних пропозицій вітчизняних банків, слід відмітити:

1. фізичним особам-підприємцям та юридичним особам банки надають овердрафт – кредитування юридичних осіб та суб'єктів підприємницької діяльності, яке дає можливість профінансувати поточні або ж непередбачувані витрати в сумі, що перевищує залишок на поточному рахунку, в межах встановленого ліміту;

2. отримати кредит може юридична особа, лише після надання усіх необхідних документів та підтвердження своєї кредитоспроможності та платоспроможності, розмір кредиту та відсоткову ставку, умови повернення розглядаються в індивідуальному по-

рядку по кожному зверненню і публічно не оприлюднюються;

3. фізична особа-підприємець може отримати кредит, розмір якого визначається індивідуально;

4. у новоствореного підприємства можливості отримання кредиту не має.

Водночас в Україні існує три потенційно доступні джерела одержання фінансових ресурсів для мікропідприємства:

1. Регіональні фонди підтримки підприємства

2. Український державний фонд підтримки селянських (фермерських) господарств;

3. Державний інноваційний фонд України [10].

Можна зробити висновок, що кредитних джерел для мікропідприємства в Україні практично немає. Головна причина цього — незадовільний стан економіки: спад виробництва, інфляція, безробіття, нестабільність у регулюванні фінансової і банківської діяльності.

Слід відмітити, що головною причиною закриття більшості мікропідприємств є саме зниження купівельної спроможності населення, адже більшість цих установ розташовуються максимально близько кінцевого споживача та націлені на задоволення потреб останніх. Основні показники, що характеризують стан добробуту населення представлені на рис. 3.

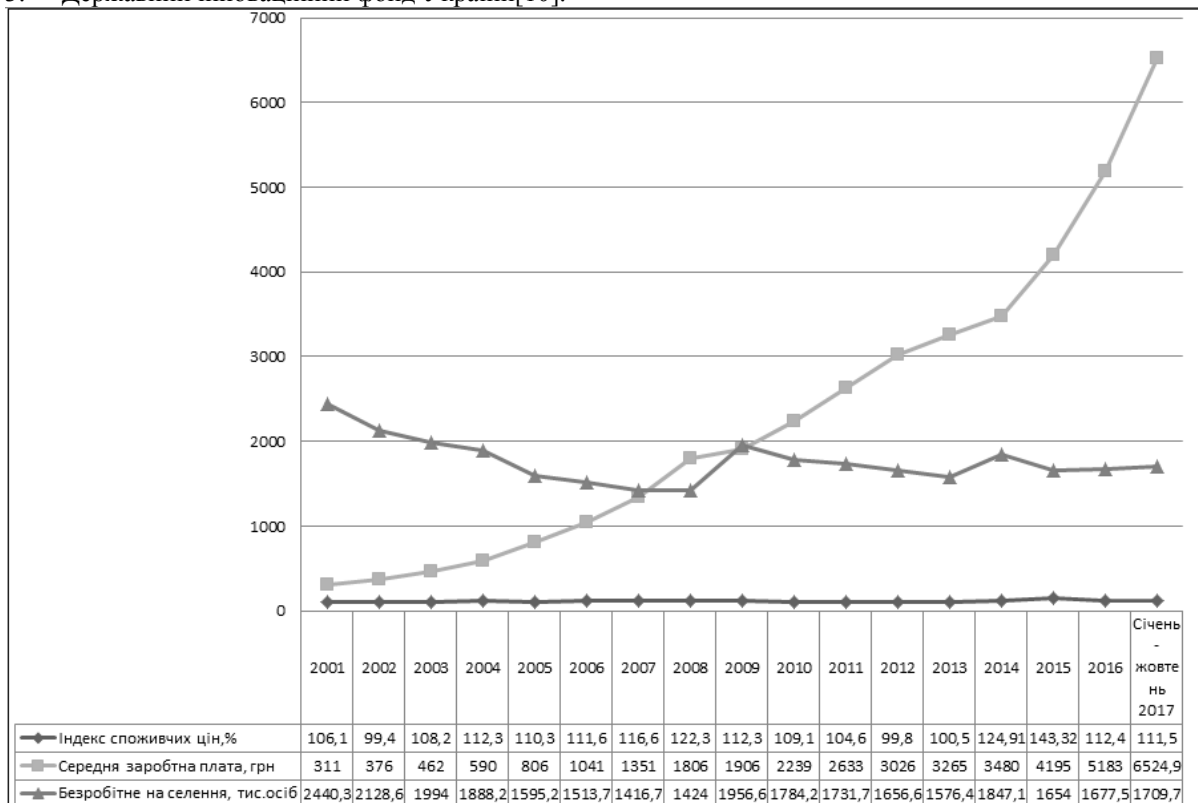


Рис. 3. Показники добробуту населення [11]

Досить сильно прив'язана споживацька поведінка, а також ціни товарів та послуг надаваних мікробізнесом до курсу іноземних валют. Доларизація – це витіснення національної валюти сильнішою – іноземною валютою (переважно долари США), яка використовується у функціях обігу, платежу, нагромадження, міри вартості.

Так, зміна курсу національної грошової одиниці зменшує реальну вартість отримуваних доходів населення, і як наслідок – скорочує обсяг попиту на товари і послуги як імпортних товаровиробників, так і вітчизняних.

Аналізуючи основні показники представлені на рис. 3, слід зробити висновок, що зростання номінальної заробітної плати у січні-жовтні 2017 р., порівняно з 2016 р. на 12,58 % компенсує рівень інфляції, який на кінець жовтня 2017 р. склав 11,5 %. Однак спостерігається незначне зростання кількості безробітного населення – на 32,2 тис. осіб за 10 місяців 2017 р., що у свою чергу впливає на формування попиту на ринку товарів та послуг.

Безперечно, ефективність діяльності будь-якого підприємства залежить від якості управління його операційною та фінансовою діяльністю.

Так, зазвичай, на мікропідприємствах управлінням фінансовою роботою займається бухгалтер, а інколи і сам власник, котрі не завжди обізнані у сфері управління фінансами та їх ефективному використанні. Необхідним також є здійснення фінансового планування та прогнозування, що ігнорується власниками мікробізнесу [6]. А тому включення до штату працівників – економіста чи фінансового менеджера є необхідною умовою здійснення ефективної фінансової роботи, адже як відомо, «гроші повинні працювати», і «сьогодні гроші коштують більше ніж завтра».

Більшість бухгалтерів досі користуються журнальною (паперовою) формою ведення бухгалтерського обліку, на зміну яким має прийти автоматизований облік (програми у вигляді 1С: Підприємство 7.7 та її новіший варіант 1С: Підприємство 8.0, налаштування програми «Клієнт-банк») та звітність (програма елек-

тронної звітності М.Е.Дос, налаштування електронної звітності до Державної служби статистики України), що значно скорочує час на ведення обліку, дозволяє регулярно здійснювати поточний контроль діяльності та вчасно надавати звітність до контролюючих органів [5].

Вагомою проблемою будь-якого підприємства в Україні стає плінність кадрів, причиною якої є низький рівень оплати праці та недосконала мотивація. Наявність об'єктивної та обгрунтованої диференціації заробітної плати є умовою підвищення її мотиваційної функції, а оплата тренінгів, курсів підвищення кваліфікації, семінарів – мають стати постійними неекономічними стимулами.

Більшість власників мікробізнесу обладнують своє виробництво застарілими та неефективними лініями виробництва, а значну частину роботи перекладають на плечі найманих робітників, що і впливає як на незадоволеність працею, так і на якість продукції, а як наслідок – на її конкурентоздатність. Єдиним виходом з цієї ситуації є пільгове кредитування мікропідприємств, а також гнучкі умови лізингу.

ВИСНОВКИ

Викладені питання, звичайно, не вичерпують зміст даної проблеми розвитку мікропідприємництва в Україні. Усе вище наведене засвідчує, що розвиток мікро бізнесу є складним процесом, що потребує вкладення значних зусиль не лише власників (підприємців), але й держави.

Основними напрямками підтримки дрібного підприємництва мають стати:

1. Нормативно-правова підтримка, спрощення дозвільної системи відкриття (закриття) підприємницької діяльності; соціальний захист, безпека та формування сприятливого соціально-психологічного середовища функціонування дрібного бізнесу.

2. Підтримка розвитку кадрового потенціалу малого підприємництва, упорядкування системи оплати праці; створення умов для підготовки та перепідготовки кадрів.

3. Фінансова підтримка, пільгове кредитування, залучення до державних замовлень.

4. Створення «прозорих» фондів державної підтримки підприємців, поширення інформації щодо діяльності останніх; часткова компенсація витрат за кредитними та лізинговими угодами потенційно важливих сфер розвитку економіки.

Вирішення цих проблем наблизить Україну до рівня розвитку бізнесу розвинутих країн і дрібне підприємство стане потужним рушієм економічного і соціального розвитку держави.

Список використаних джерел

1. Варналій З.С. Мале підприємництво: основи теорії і практики: монографія/ Варналій З.С. – [3-те вид.]. – К.: Товариство «Знання», КОО, 2005. – 302 с.
2. Хурса М.М. Мале підприємництво: економіко-організаційні аспекти діяльності: монографія/ Хурса М.М. – Полтава: РВВ ПУСКУ, 2009. – 220 с.
3. Донець Л.І., Романенко Н.Г. Основи підприємництва. Навчальний посібник. – К.: Центр навчальної літератури, 2006. – 320 с.
4. Закону України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/996-14>
5. Стригуль, Л.С. Сучасний стан та проблеми автоматизації бухгалтерського обліку на підприємствах України [Текст] / Стригуль Л.С., Ковальов А.Г. // Сборник научных трудов "Вестник НТУ "ХПИ": Технічний прогрес та ефективність виробництва №61 - Вестник НТУ "ХПИ", 2010.
6. Проблеми та шляхи вдосконалення управління фінансовою діяльністю суб'єктів підприємництва в Україні / Т.С. Карпова, О.В. Позднякова // Финансы, учет, банки. - 2014. - Вып. 1. - С. 144-152.
7. Аналіз проблем розвитку малого і середнього бізнесу в Україні. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://conf.ztu.edu.ua/wp-content/uploads/2017/01/70-1.pdf>
8. Державна підтримка вітчизняного малого бізнесу: стан та перспективи. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.economyandsociety.in.ua/journal/11_ukr/11.pdf
9. Постанова Кабінету Міністрів України від 6 серпня 2014 р. № 385 «Про затвердження Державної стратегії регіонального розвитку на період до 2020 року». [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/385-2014-%D0%BF>.
10. Український державний фонд підтримки фермерських господарств. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://udf.gov.ua/node/567>.
11. Сайт Державної служби статистики України. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
12. Господарський кодекс України. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/436-15>.
13. Податковий Кодекс України. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2755-17>.

ГРИДЖУК

Дмитро Миколайович
dgrydzhuk@gmail.com

УДК 657.6

ІННОВАЦІЙНІ ПРОЕКТИ У РОЗДРІБНОМУ БАНКІВСЬКОМУ СЕКТОРІ НА ГЛОБАЛЬНОМУ РІВНІ

INNOVATION PROJECTS IN THE RETAIL BANKING SECTOR AT GLOBAL LEVEL

к.е.н., доцент,
викладач, КНЕУ

Стаття присвячена дослідженню сучасних інноваційних проектів у роздрібному банківському секторі на глобальному рівні у широкому спектрі інновацій. Представлені кращі інноваційні продукти світових банків-переможців в області дистрибуції та маркетингу роздрібних банківських послуг у 2017 році за різними категоріями.

Статья посвящена исследованию современных инновационных проектов в розничном банковском секторе на глобальном уровне в широком спектре инноваций. Представлены лучшие инновационные продукты мировых банков-победителей в области дистрибуции и маркетинга розничных банковских услуг в 2017 году по разным категориям.

The article is devoted to the research of modern innovative projects in the retail banking sector at a global level in a wide range of innovations. The best innovative products of the world's winning banks in the distribution and marketing of retail banking services in 2017 in different categories are presented.

Ключові слова: цифровий маркетинг, штучний інтелект, інноваційний контент, мобільний додаток, екосистема

Ключевые слова: цифровой маркетинг, искусственный интеллект, инновационный контент, мобильное приложение, экосистема

Keywords: digital marketing, artificial intelligence, innovative content, mobile application, ecosystem

ВСТУП

Існує програма з метою обміну кращими світовими практиками в області дистрибуції та маркетингу роздрібних банківських послуг – Efma-Accenture Banking Innovation Awards - це ініціатива, спрямована на визначення та нагородження самих інноваційних проектів у роздрібному банківському секторі на глобальному рівні [1].

Визнані інновації в категоріях мають наступний перелік [2]:

1. Кращий новий продукт або банківська послуга.
2. Фізіологічний розподіл.
3. Цифровий маркетинг.
4. Великі дані, аналітика та AI.
5. Досвід та зацікавленість клієнтів.
6. Нова бізнес-екосистема.
7. Розширення можливостей та поведінки працівників.
8. Гаманці та платежі.
9. Глобальний новатор року.

Всього у 2017 р. 183 фінансових установ з 59 країн надали 467 нововведень для категорій нагород [3]. Три критерії, використовуються для оцінки:

- ✓ оригінальність;
- ✓ стратегічний потенціал для створення довгострокових конкурентних переваг та рентабельності інвестицій;

✓ адаптивність для використання на інших ринках та країнах.

МЕТА РОБОТИ – дослідити сучасні інноваційні проекти у роздрібному банківському секторі на глобальному рівні у широкому спектрі інновацій, включаючи прогрес у блокуванні, досягнення персоналізації, заохочення підприємництва, розширення центрів, еволюції банків у русі, розширення можливостей клієнтів через І-послуги та самопокупки, а також поєднання AI та Big Data, які притаманні 2017 року.

МЕТОДИ ДОСЛІДЖЕННЯ

Методологічною та інформаційною основою роботи є наукові праці, матеріали періодичних видань, ресурси Internet.

При проведенні дослідження використано методи структурно-логічного аналізу, систематизації, коригування інноваційних знань, порівняння та узагальнення.

РЕЗУЛЬТАТИ

У 2017 р. за кращий новий продукт або послугу DenizBank (Туреччина) отримала нагороду за додатковий додаток до сільськогосподарських банківських послуг [4], який підтверджує, що банківська справа може бути центром екосистеми способу життя, виходячи далеко за межі традиційної банківської програми.

Додаток забезпечує розуміння сівозмін, посадки, полив та внесення добрив та навіть інтегрує можли-

вість перегляду та придбання сільськогосподарської техніки. Ці небанківські можливості додаються до програми шляхом стратегічного партнерства з регіональними експертами, які є доступними за запитом, щоб надати допомогу фермерам. Перевага такого типу програми – це можливість поширювати знання в цифровій формі, заощаджуючи час як для банку, так і для фермера. Замість фізичних взаємодій мобільний додаток використовує цифрову взаємодію за запитом, персоналізовану для кожної унікальної потреби ферми [4].

У категорії Фізіологічний розподіл переможцем став Idea Bank (Польща), що спеціалізується на сегменті підприємців, виграв "Phigital Distribution" за "Idea Hub Express" – першу банківську філію на треках. Це співробітничий простір, який дозволяє тренувати пасажирів, часто подорожуючих в ділові поїздки, щоб краще скористатися своїм часом під час транзиту, а також отримувати вигоду від послуг компанії Idea Bank [5].

Ідея-концентратор запропонувала Експрес-вагони, прийняті для офісної роботи, функціональні столи, зручні стільці та екран для презентацій. Подорожуючі також можуть використовувати наявне офісне обладнання (принтери та сканери), зарядні пристрої для телефонів, з'єднання Wi-Fi, а також кавоварки та можливість читати газети. Автомобілі відкриті для всіх пасажирів, які мають дійсний квиток, але клієнти Idea Bank мають пріоритет у прийнятті доступних місць.

Ідея-концентратор експресів у відповідності з корпоративною стратегією Idea Bank стосується підтримки власників малого та середнього бізнесу в їх повсякденних справах, і це продовження банківського співробітництва проекту – Idea Hub [5].

Ідея-Банк розпочав свій проект Idea Hub на початку 2015 р., коли майже 30000 відвідувачів перейшли в ці унікальні бізнес-центри. Основний вплив інновації вплинуло на марку Idea Bank, що призвело до значного збільшення кількості відвідувачів фізичних центрів ідей. Це дало можливість поставити позицію Idea Bank в якості найкращого банківського рішення для малих підприємств та підприємців, які потребують допомоги у започаткуванні свого бізнесу [5].

У галузі цифрового маркетингу DBS Bank (Сінгапур) отримала нагороду Digital Marketing за свою унікальну міні-серію DBS Sparks, яка була наповнена реальними історіями клієнтів. DBS Sparks впроваджує маркетинг цифрового контенту замість традиційної реклами для створення довіри та доброї волі на ринку. Мета полягала в тому, щоб виділитися з конкурентної боротьби в товаровиробничій галузі та впровадити споживче сприйняття цінності DBS Bank [4].

У номінації Великі дані, аналітика та AI виграв Сбербанк (РФ), що застосував "Big Data", "Analytics & AI" та "Поради" в Sberbank Online - інструмент на базі штучного інтелекту, який допомагає користувачам змінювати свої фінансові звички на краще, заощаджуючи свої гроші, час та зусилля [4].

Поради були створені для залучення цифрових помічників, таких як Siri, а також фінансових послуг,

таких як Монетний двір, що забезпечує переваги кожного з них: проактивність, аналіз фінансової поведінки, навчання машин, надання рекомендацій для щоденних завдань тощо. Порівняно з аналогічними послугами фінансових рекомендацій, поради в Sberbank Online також мають такі функції, як збір відгуків, посилення, які дозволяють скористатися порадами та іншими інструментами.

Цифровий помічник накопичує відгук від клієнтів і використовує його для самостійної підготовки. Якщо клієнт кілька разів заявляє, що він / вона не зацікавлений в пораді щодо певної теми, то система вирішує, чи це погана порада чи ні. На основі цього відгуку цифровий помічник постійно покращує свої навички націлювання на поради щодо широкої аудиторії. Мета полягає в тому, щоб цифровий помічник, на певному абстрактному рівні, генерував та надавав клієнтам поради, без втручання з боку менеджерів контенту [3].

У номінації Досвід та зацікавленість клієнтів отримала нагороду KBC Bank (Бельгія) за проект «Мій автомобіль», яка використовує технологію Blockchain, щоб створити бездоганний досвід автокредитування, від моменту, коли клієнт підпише замовлення до того моменту, як він виведе свою машину. Це включає кредит на автомобіль, страхування, придбання номерного знака та навіть допомогу в налагодженні.

Програма My Car робить фактичну виплату автомобіля без проблем, зменшуючи шахрайство. Технологія Blockchain використовується для забезпечення спільного джерела та центрального місця робочого процесу. Кожен учасник екосистемної вигоди отримує швидший та надійний потік: клієнт, автомобільний дилер, дистриб'ютор, уряд, страховик і банк [4].

У номінації Нова бізнес-екосистема mBank (Польща) отримав премію New Business Ecosystems за програму "mPower Business Starter", яка об'єднує державні, банківські та бухгалтерські послуги для створення зручної та інтуїтивно зрозумілої для користувача досвіду роботи бізнес-клієнта (підприємця) – зменшення процесу створення нового бізнесу від щонайменше 10 днів і не менше, ніж за 10 хвилин [5].

Початок нового бізнесу включає в себе драматичні зміни в житті та бізнес-проблеми, включаючи проблеми як з банківськими, так і юридичними формами. Мета полягала в тому, щоб скоротити паперові роботи з десятків форм. Використовуючи державний цифровий підпис, відкривши бізнес-банківський рахунок, зареєструвати облікові послуги та офіційно зареєструвати нову компанію можна було б оптимізувати для 90% компаній, які відкривають новий бізнес.

Що було найважливішим, компанія mPower Business Starter mBank об'єднала дві окремі служби електронного керування в єдиний клієнтський шлях, виключаючи потребу в окремих порталах та логінах. Ця реалізація була розроблена у співпраці з польським урядом.

Intesa Sanpaolo (Італія) отримала нагороду за посилення повноважень та поведінки робочої сили за допомогою свого порталу для мобільних пристроїв та смартфона, що збільшує залучення працівників і заці-

кавити їх навчатися в будь-який час і в будь-якому місці за допомогою технології цифрового навчання, заснованого Netflix. Для вдосконалення процесів навчання, поєднання індивідуалізації з цифровою доступністю, Інтернет-провайдер визнав, що необхідно розробити нову навчальну послугу, яка була гнучкою, зручною у користуванні та доступною, а також все більше адаптованою до індивідуальних потреб.

Банк використовував підхід J3: саме вчасно, просто для мене і просто достатньо. Для збільшення взаємодії працівників та вдосконалення методів підготовки, доставки та передачі інформації було використано цифровий портал. Це було визнано важливим для понад 100 000 працівників, багато з яких було призначено більше, ніж 5000 відділеннями Інтернет-послуг.

Навчання тепер стає доступним на смартфоні та ноутбуках, працівники мають доступ до інструментів із необов'язковим підходом та вибирають цифровий зміст на основі цифрового саморегулювання та оцінки потреб. Це також відбулося в перший раз, коли навчальний контент спеціально створюється всередині Банку, з налагодженням Навчальної фабрики та навчальної медіа-лабораторії [3].

Щоб забезпечити відмінний зміст, банк створив екосистему установ в партнерстві з інтернет-провайдером (провідні університети, міжнародні дослідницькі центри та провідні впливові організації), котрі співпрацюють із розробкою інноваційного контенту та знань, які будуть використовуватися всередині країни.

У номінації Гаманці та платежі Barclaycard (Великобританія) виграла категорію Wallet & Payments за допомогою Barclaycard "Grab + Go", яка перетворює смартфон покупця на "карманну касету", таким чином, роздрібний клієнт може сканувати предмети, які вони хочуть купувати, вибираючи їх з полиць магазинів, ініціювати мобільний платіж, та вийти з бізнесу без необхідності пройти довгу відрядну лінію.

Орієнтований на привабливий додаток "Grab + Go", він дозволяє покупцям просто сканувати предмети, які вони хочуть купувати, коли вони їх вибирають, натисніть кнопку перевірки, коли вони готові, і вийдіть з магазину без відвідування касира. Оплата здійснюється непомітно і невидимо в фоновому режимі за допомогою попередньо завантажених даних про картку [3].

Зауважимо, що виготовлення "невидимих платежів" стає все більш поширеною в багатьох мобільних додатках, у тому числі Uber, Deliveroo, 1-Click Amazon і т.д. Замість того, щоб вводити деталі платежу кожен раз, вони зберігаються в прикладі або в Інтернеті, з дозволом продавця обробляти платежі, включені в подорож покупки, без проблем і невидимо [3].

Grab + Go - це перше використання цього способу придбання у фізичному роздрібному середовищі, що поєднує його з можливістю сканування та перевірки своїх власних покупок, а також пропонує інший новий спосіб оплати інтернет-покупки. Це може стати ключем до переміщення використання з пластику на мобільний пристрій з унікальною цінністю.

У номінації Глобальний новатор року виграв Challenger Bank (Німеччина), що отримав назву Glo-

bal Innovator of the Year для банку Challenger для інноваційних послуг на ринку протягом 2017 р., включаючи обліковий запис, який дозволяє фрілансеру та самозайнятому працівнику здійснювати навігацію як за своїми діловими і приватними фінансами, так і за новим оцифрованим страхуванням в партнерстві з постачальником страхових послуг Clark [5].

Будучи найбільшим банком-претендентом, він розширив свою банківську пропозицію N26, яка передбачає цифровий підхід, для включення додаткових послуг та підвищення зручності для клієнтів. Був розроблений продукт N26, як додаток для мобільних пристроїв, на відміну від традиційних банків, які просто додають на мобільний інтерфейс свою існуючу інфраструктуру.

Від процесу реєстрації до доступу до статистики облікового запису кожна функція – це просто виконується за один клік. Використовуючи відкриті банківські API-інтерфейси, N6 розширила свою лінійку продуктів, а також їхню сферу застосування. Вони не тільки розширилися по всій Європі, але й мали намір розширюватися і в США. Зростання N26 допомогло отримати єдиний цифровий банк, названий найвищим новатором у категорії претендента [4, 5].

Також у номінації Глобальний новатор року виграв традиційний банк BBVA (Іспанія) отримав назву Global Innovator of the Year для постійного гравця для інновацій, які вона вивела на ринок у 2017 р.. Це відкрита та глобальна платформа API для ринку BBVA, що дозволяє компаніям будь-якого розміру отримати доступ до безпечного та потужного набору фінансових інструментів, які допоможуть їм інноваційно.

З BBVA API Market, організація може створювати нові послуги та пропонувати додаткову цінність для своїх клієнтів, що дозволяє організації покращити свій досвід. API керує, контролює та аналізує платежі, перевіряє ідентифікацію та повідомляє клієнтів, дає доступ до сегментованих моделей покупки та багато іншого з підтримкою та гарантією BBVA [4].

Таким чином, компанії будь-якого розміру та будь-якої галузі можуть тепер легко інтегрувати фінансові послуги у свої продукти. Платформа для навчання та розвитку, яку надає BBVA на своєму веб-сайті API, є неперевершеним у галузі та свідчить про прагнення банку до інновацій поза традиційними.

Взагалі спектр інновацій, який притаманний 2017 року, дуже різноманітний, включаючи прогрес у блокуванні, досягнення персоналізації, захоплення підприємництва, розширення центрів, еволюції банків у русі, розширення можливостей клієнтів через І-послуги та самопокупки, а також поєднання AI та Big Data [3-5].

Потрібно зазначити, що Fintech Ukraine – це найважливіша подія, яка відбулася у 2017 р. для зустрічі лідерів в сфері фінансових технологій, що об'єднало провідні банки, фінансові компанії, технологічні та Fintech компанії, інвесторів [6,7]. Це – найефективніший спосіб залишатися конкурентоспроможними, бути в курсі фінансових інновацій під час стрімких змін. Основною метою форуму було створення кращих платформ для [8]:

1. Демонстрації інноваційних, успішних проєктів та рішень;
 2. Відкритого діалогу та народження нових ідей;
 3. Ефективного нетворкінгу і пошуку нових партнерів.
- На конференції обговорювалися такі теми:
1. Огляд світових трендів Fintech;
 2. Еволюція платежів та переказів;
 3. Нео-банки та інновації в класичному банку;
 4. Екосистема і регулювання для Fintech;
 5. Роль інкубаторів та акселераторів у розвитку стартапів;
 6. Інвестування в Fintech проєкти.

Форум проходив з фокусуванням на технології, бізнес-практичності і відкритого діалогу у форматі Пітч стартапів з новими проєктами на сцені і їх розміщенням в демозоні; Презентацій від провідних спікерів з живими кейсами; Панельних дискусій, де експерти діляться своєю думкою і досвідом. В панельній дискусії обговорювалися наступні моменти [9]:

1. Умови, необхідні для появи Fintech – стартапів;
2. Привабливість локального ринку України для організації Fintech-стартапу;
3. Інвестиційне середовище: хто і як інвестує сьогодні в Fintech;
4. Чим можуть допомогти Fintech інкубатори, акселератори, хаби і Лаби;
5. Що може стати реальним каталізатором зростання Fintech -галузі.

Отже, на форумі запропоновано запуск інноваційної лабораторії на базі класичного банку і висвітлена необхідність того, щоб Fintech запрацював в Україні: розвиток екосистеми ринку Fintech; запуск Fintech інкубаційних програм і тестових середовищ (sandbox) в Україні [9].

ВИСНОВКИ

Таким чином, використовуються цифрові технології для створення інновацій, які створюють цінність для клієнтів, з погляду досвіду клієнтів, а також для банків, що допоможе завоювати частку ринку, стимулювати зростання доходів і поглиблювати відносини з клієнтами, одночасно зменшуючи витрати. Цифрова індустріалізація в управлінні основними процесами у взаємодії з клієнтом зростає з кожним роком, оскі-

льки досвід клієнта стає все більш критичним, вразуючи конкуренцію, з якою стикаються роздрібні банки з нетрадиційними конкурентами.

Список використаних джерел

1. Efma Accenture Innovation Awards 2017. – Режим доступу: <https://www.efma.com/conference/overview/559>
2. Innovative Banks Recognized at Efma-Accenture 2017 Distribution & Marketing Innovation Awards. – Режим доступу: <https://newsroom.accenture.com/news/innovative-banks-recognized-at-efma-accenture-2017-distribution-and-marketing-innovation-awards.htm>
3. DMI AWARDS CEREMONY 2017 “Banking as a living business”. – Режим доступу: <https://www.efma.com/innovations/innovation-awards-2017>
4. Deliveroo, Uber and Amazon accused of exploiting workers with 'unintelligible' contracts. – Режим доступу: <http://www.independent.co.uk/news/uk/politics/deliveroo-uber-amazon-gig-economy-workers-exploitation-contracts-mps-accuse-exploitative-a7668971.html>
5. Richard Iferenta?Partner, Head of Challenger Banking KPMG in the UK/ Challenging perspectives: CEO insights report. – Режим доступу: <https://home.kpmg.com/uk/en/home/insights/2017/07/challenger-banks-ceo-insights-report.html>
6. Executive summary: The fintech landscape. – Режим доступу: <https://assets.kpmg.com/content/dam/kpmg/uk/pdf/2017/10/value-of-fintech.pdf>
7. Everything you've always wanted to know about fintech. – Режим доступу: <https://www.cnbc.com/2017/10/02/fintech-everything-youve-always-wanted-to-know-about-financial-technology.html>
8. How MiFID II Is Changing Capital Markets Fintech. – Режим доступу: <http://tabbforum.com/opinions/how-mifid-ii-is-changing-capital-markets-fintech>
9. Fintech Ukraine 2017. The power of Finnovation. – Режим доступу: <https://www.bank-online.com.ua/fintech2017/>
10. FinTech Ukraine 2017: помогаем определить намерения вашего клиента. – Режим доступу: <https://news.finance.ua/ru/news/-/413670/fintech-ukraine-2017-pomogaem-opredelit-namereniya-vashego-klienta>

ІЛЛЯШ

Михайло Миколайович
luksor.1993@ukr.net

УДК 339.13: 629.3.066

ОГЛЯД СТАНУ РИНКУ АВТОМОБІЛЬНИХ
ЗАПЧАСТИН І ПОЗИЦІЇ ТОВ "ТЕРА НОВА
ДЕВЕЛОПМЕНТ" НА НЬОМУ

ХОМЕНКО

Олексій Іванович
al_hom@ukr.netстудент, Київський
національний університет
технологій та дизайнуAUTOMOTIVE SPARE PARTS MARKET
REVIEW AND POSITION OF "THERA
NOVA DEVELOPMENT LTD"к.т.н., доцент, Київський
національний університет
технологій та дизайну

У статті здійснено огляд автомобільних запчастин України, наведено основні компоненти даного ринку, представлено загальні риси вітчизняного ринку автозапчастин.

В статье сделан обзор автомобильных запчастей Украины, приведены основные компоненты данного рынка, представлены общие черты отечественного рынка автозапчастей

The article reviews the automotive spare parts of Ukraine, presents the main components of this market, presents the common features of the domestic auto parts market.

Ключевые слова: автомобильные запчасти, оригинальные автозапчасти, вторичные автозапчасти

Ключові слова: автомобільні запчастини, оригінальні автозапчастини, вторинні автозапчастини

Keywords: automobile spare parts, original spare parts, secondary auto parts

ВСТУП

Вітчизняний ринок автозапчастин – це складна система взаємовідносин із задоволення попиту споживачів товарів і послуг з метою цільового використання автомобільного транспорту, машин та механізмів на автомобільному ходу. Ринок автозапчастин є системою організації задоволення потреб і первинною ланкою тут виступає той, хто визначає цю потребу, її кількість і якість.

Аналіз останніх досліджень і публікацій

В роботах вітчизняних науковців Полещука І.Ф., Явиченко Н.П., Васильєва С.А., російських дослідників Волгіна В.В. та Маркіна В.В. досить глибоко розкриті питання управління продажем автозапчастин, динаміки та структури ринку, особливостей його функціонування. Але на сьогоднішній день актуальним є вивчення проблем застосування конкурентних стратегій, стратегій взаємодії із споживачами на вітчизняному ринку автозапчастин.

МЕТОЮ СТАТТІ є дослідження стану ринку автомобільних запчастин України і позиції ТОВ «Тера Нова Девелопмент» на ньому.

Об'єктом дослідження є ринок автомобільних запчастин України.

Предметом дослідження є теоретичні та практичні аспекти функціонування ринку автомобільних запчастин України.

РЕЗУЛЬТАТИ ДОСЛІДЖЕННЯ

Ринок автозапчастин – складова товарного ринку України, його товарообіг складає близько 2 млрд. дол. США. Характерною рисою функціонування цього ринку є одночасний продаж нових оригінальних автозапчастин, бувших в експлуатації, відновлених та неоригінальних. Важливою рисою ринку є товарна конкуренція між цими автозапчастинами в процесі

виготовлення, попиту та продажу. Це впливає із характеру та умов експлуатації автомобілів, купівельної спроможності покупців, умов закупівлі, та забезпечення попиту промисловістю та продавцями, тобто наявністю деталей, матеріалів та обладнання в необхідний момент із зазначеного вище, характерною рисою ринку автозапчастин впливає – хаотичність, невизначеність (місце, час, обсяг, номенклатура виникнення потреби, попиту та його задоволення). Ринок автозапчастин задовольняє потреби населення, підприємств, організацій у відповідних продуктах та послугах з метою ефективного і доцільного використання автомобільного транспорту. Він є складовою ринку товарів і послуг, його видовим компонентом. Якщо оцінювати світовий ринок – то, можна погодитись із авторами, які стверджують, що світовий ринок – глобальна система, що регулює співвідношення попиту і пропозиції, а регулятором виступають міжнародні економічні зв'язки [7].

Структура ринку автозапчастин України наведено на рис. 1.

Ринок запчастин до певної міри є відображенням ринку автомобілів та іншої техніки, які продаються і експлуатуються в Україні. Загальний ринок запчастин України активно реагував на кризові явища і скорочення споживчого попиту. Однак найбільш сильний вплив на тенденції споживання запчастин надає ринок автомобілів, а також загальна економічна ситуація в країні (від добробуту населення і прибутковості галузей господарства залежить рішення про ремонт транспортного засобу або про покупку нового). Сукупний парк автомобілів і техніки країни зростає, незважаючи на уповільнення темпів реалізації легкових авто; в тому числі приріст забезпечено і машинами, що були у вжитку. За даними Всеукраїнської асоціації автоімпортерів і дилерів середній вік автомобілів в Україні перевищує європейські показники і становить понад 19 років. У процесі дослідження го-

ловних тенденцій ринку автозапчастин України проведемо PEST-аналіз, що надасть нам можливість визначити головні фактори впливу зовнішнього середовища на ринок автозапчастин та автомобілебудівну

галузь загалом. Класично вчені виділяють такі види факторів впливу: політичні; економічні; соціальні; технологічні [2].

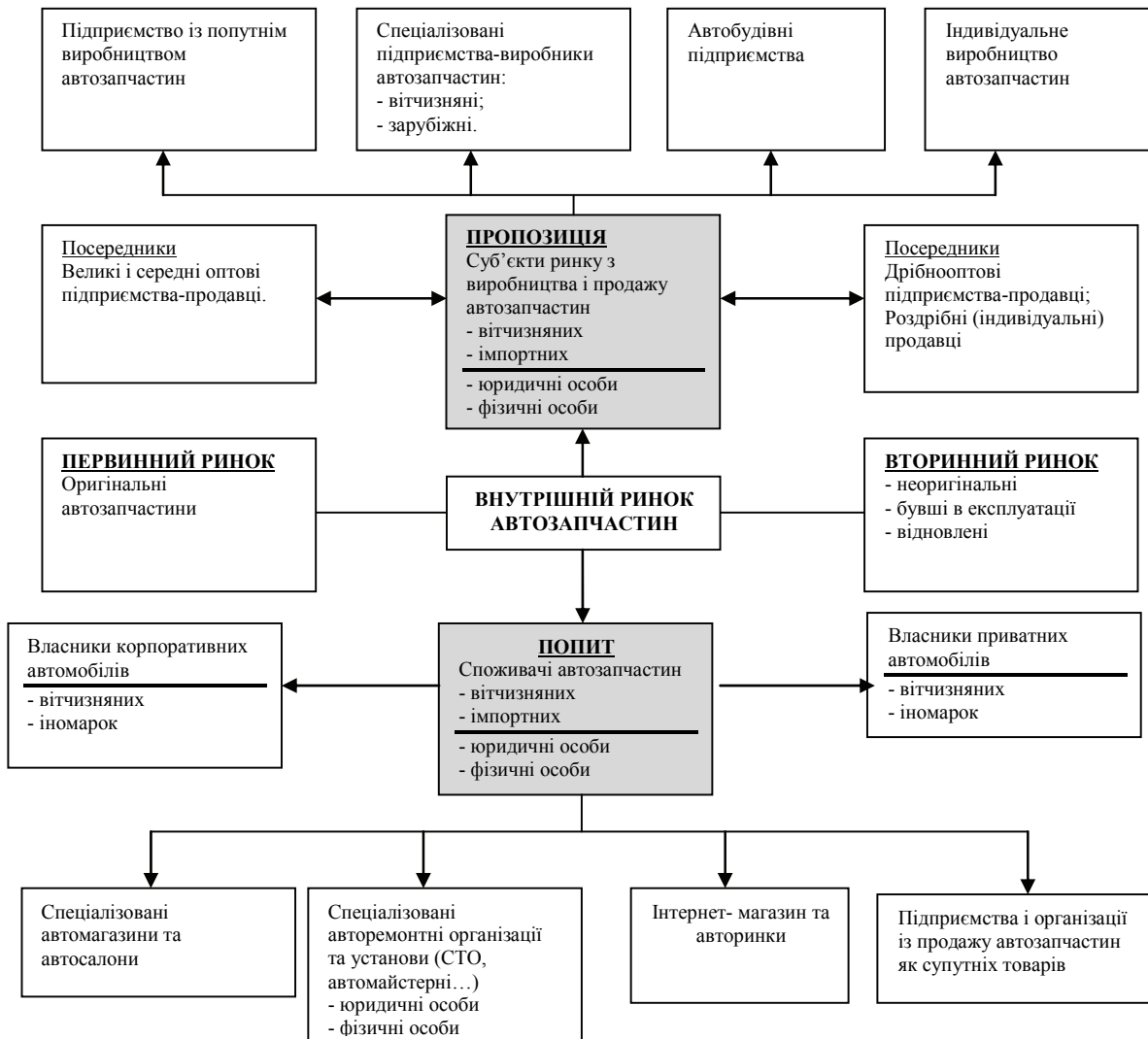


Рис. 1. Структура ринку автозапчастин України [6]

Таблиця 1

PEST-аналіз для ринку автозапчастин України [складено автором на основі [1]]

Р – політичні фактори	Вплив, +\–	Е – економічні фактори	Вплив, +\–
1. Нестабільність політичного курсу держави	–	1. Підвищення рівня інфляції	–
2. Нестабільність уряду	–	2. Падіння курсу гривні	–
3. Високий рівень бюрократії та корупції	–	3. Зниження реальних доходів населення	–
4. Наближення норм законодавства до європейського	+	4. Скорочення інвестицій в економіку України	–
5. Воєнні події в країні	–	5. Зменшення ВВП	–
S-Соціальні фактори	Вплив, +\–	T-технологічні фактори	Вплив, +\–
1. Підвищення рівня освіченості населення	+	1. Створення технологічних парків	+
2. Підвищений інтерес населення до вітчизняної продукції	+	2. Прискорення трансферу технологій	+
3. Збільшення вимог споживачів до якості продукції	+		

Проведений аналіз дозволив встановити, що головні позитивні зміни, які сприятимуть розвитку ринку автозапчастин – підвищення соціальних стандартів життя населення та розвиток технологій. Проте існує дуже негативний вплив політичних та економічних факторів, які потребують стабілізації задля врегулювання та подальшого розвитку ринку автозапчастин в Україні. Ринок запчастин та інших автотракторних компонентів характеризується високим рівнем конкуренції. Дана тенденція пов'язана з великою кількістю операторів на роздрібному і оптовому ринку. Вони, як правило, включають в свою асортиментну лінійку продукцію вітчизняного, а також імпортного виробника, що дозволяє більшою мірою задовольнити споживчий попит [1].

Варто відзначити, що конкуренція на ринку в кризовий період загострилася, оскільки знизилася доходи споживачів і їх рівень платоспроможності, що вплинуло на попит на продукцію. Загострення конкуренції на ринку призвело до деякого скорочення числа компаній, які реалізують продукцію на ринку. Також в умовах кризи компаніям більше часу доводилося приділяти новим сегментам - розширювати клієнтську базу, планувати і розвивати нові напрямки. Ті компанії, які використовували правильну політику, яка передбачає оновлення асортиментної лінії продукції, яка відповідає споживчим перевагам - змогли не тільки зберегти свої позиції на ринку, але і наростити частку. Для таких компаній криза надала можливість стимулювати процеси оптимізації структур управління бізнесом, включаючи і маркетингову політику. Сьогодні автовласники все більше купують запчастини для іномарок і вітчизняних автомобілів в Інтернеті і спеціалізованих магазинах. Сегментація ринку автозапчастин по типу споживання можна про-

вести наступним чином: покупці, які вважають за краще самостійно купити запчастини для іномарок, – роблять свій вибір в спеціалізованих магазинах, Інтернет-магазинах і на ринках. При цьому останні (ринки) втрачають клієнтів з кожним наступним сезоном, і їх перспективи невтішні.

Другий великий сегмент покупців – це станції технічного обслуговування автомобілів. Сертифіковані СТО задовольняють тих, хто купує автозапчастини разом з установкою і бажає отримати комплексну гарантію. Їх коник – це сервіс для клієнтів. Якщо хтось платить більше, – він повинен і отримати більше, – ніж просто відремонтований автомобіль. Безсумнівно, велика частина запчастин для іномарок поставляється спеціалізованими авторизованими монобрендовими або ж просто фірмовими СТО безпосередньо від постачальника автомобільного бренду. Частка таких продажів прямо корелює з продажами нових автомобілів, так як клієнт авторизованої станції – це клієнт на гарантії. А гарантія, в Україні, як відомо, продається лише разом з новим автомобілем. Та й надто мало хто продавці можуть запропонувати оригінальні запчастини в наявності на складі.

Різкий спад попиту на запчастини спостерігався в період політико-економічної кризи 2012-2014 рр. Однак уже в наступні роки ринок швидко відновився. За прогнозами український ринок запчастин для вантажних і легкових автомобілів, тракторів і СГТ буде нарощувати свій обсяг в середньому на 6-7% в грошовому вираженні щорічно [4]. Відмічається позитивна динаміка збільшення обсягів товарообігу автокомпонентів та автозапчастин на ринку України паралельно із ростом парку легкових та комерційних автомобілів в період 2004-2016 рр. (табл. 2).

Таблиця 2

Динаміка темпів росту цільового парку автомобілів та товарообігу автокомпонентів ринку України, 2012-2016 рр. [4]

Рік	Цільовий парк автомобілів, шт.	Темпи росту цільового парку, %		Товарообіг автокомпонентів України		
		У порівнянні із 2004 р.	У порівнянні із попереднім роком	Загальний, млн. дол. США	В т.ч. імпорт	
					млн. дол. США	% гр.5:гр.4
А	1	2	3	4	5	6
2004	1294869	100	-	413,1	246	59,5
2005	1404282	109,4	109,4	559,7	337	60,2
2006	1586036	122,5	112,9	728,5	412,3	56,6
2007	1792544	138,4	113	969,9	537,8	55,4
2008	2064273	159,4	115,2	968,8	516,1	53,3
2009	3850165	297,3	186,5	1622,1	924,2	57,0
2010	4452672	343,9	115,7	2044,4	1164,8	57,0
2011	4544963	351	102,1	2295,4	1307,8	57,0
2012	4600558	355,3	101,2	2579,1	1469,5	57,0
2013	4661014	360,0	101,3	2678,2	1561,5	58,3
2014	4692103	334,1	100,7	2879,6	1697,6	59,0
2015	4722208	297,7	100,6	2941,1	1741,2	59,2
2016	4744163	264,7	100,5	3012,2	1759,8	58,4

Наведена інформація (табл. 2) та проведені розрахунки дають можливість визначити певні позитивні тенденції розвитку ринку цільового парку автомобілів, так і ринку автокомпонентів, в т.ч. імпортованих автозапчастин. Ринок автозапчастин задовольняє потреби населення, підприємств, організацій у відповідних продуктах та послугах з метою ефективного і доцільного використання автомобільного транспорту. Він є складовою ринку товарів і послуг, його видовим компонентом.

Однією з особливостей українського ринку автомобільних запчастин є готовність покупців купувати більш якісні і, відповідно, дорогі комплектуючі відомих торговельних марок. Великий вплив на динаміку ринку автозапчастин надає розвиток дистриб'юторської мережі. Сьогодні на вітчизняному ринку запасних частин працює близько 30 великих дистриб'юторських компаній. При цьому офіційних представництв виробників автомобільних запчастин (крім Bosch і ZF) практично немає. Останнім часом значно посилюється роль таких закупівельних спілок, як AD, ATR, GAU, TEMOT. Наближаючись до європейських методів роботи, розвивається така система збуту, як збут через СТО. У 2016 р. вона склала 20-30 % продажів офіційних операторів [4].

Більш стабільно розвивається ринок оригінальних запасних частин (OES), що пов'язано з реалізацією офіційними автомобільними дилерами оригінальних комплектуючих на власних станціях технічного обслуговування. Що стосується перспективи імпорту автозапчастин, то він залежить від парку автомобілів – частка імпортованих автозапчастин буде зростати разом зі збільшенням частки зарубіжних автомобілів.

Паралельно знижується частка авторинків. Якщо ще кілька років тому експерти оцінювали частку цього каналу реалізації в 50-60 %, то зараз вона не перевищує 20 % і буде стрімко скорочуватися. Очікується вихід з ринку дрібних продавців. Основними причинами цього є високі орендні ставки на торговельні площі і низька рентабельність на одиниці товару. В результаті роздрібні продажі будуть скорочуватися, а частка запчастин, що реалізуються через станції технічного обслуговування і оптові склади швидко збільшуватися. Слідом за дрібними галузевими ритейлерами підуть імпортери окремих марок автомобілів, яким також не вигідно організовувати продажі комп-

лектуючих до автомобілів. Вони розвивають цей напрям лише в рамках, наявних в їх активах сервісних потужностей, оскільки обслуговують переважно гарантійні автомобілі [1].

Крім того, прогнозується збільшення на ринку частки запчастин до автомобілів азіатських брендів. У зв'язку із зростанням частки продажів автомобілів японських, корейських і китайських брендів компанії-імпортери протягом найближчого року будуть акцентувати увагу на розширенні асортименту запасних частин для азіатських автомобілів.

Тенденцією останніх років став активне зростання обсягом вторинного ринку запчастин (IAM – Independent aftermarket), що викликано рядом факторів. З метою економії власник автомобільного транспортного засобу відмовляється від дорогого сервісу офіційного дилера по закінченню терміну дії гарантії обслуговування автомобіля і переходить на незалежні СТО.

Ринок автозапчастин легкових і комерційних автомобілів віком від 3-х років і більше в своїй структурі має біля 70% імпортованої продукції, то основні конкуренти по товарообігу автозапчастин на ринку (aftermarket) України представлені у табл. 3.

Першу групу складають підприємства із обсягом товарообігу більше 10 млн. дол. США, другу – підприємства із обігом 1-10 млн. дол. США. Частка визначеного кола найбільш великих торгово-посередницьких підприємств на українському ринку вторинних автозапчастин складає у 2015 р. – (148,8 млн. / 1586,6 млн.) 9,4%, у 2016 р. – (177,4 / 1839,2) 9,7%. Біля 90 % обсягу товарообігу автозапчастинами на вітчизняному ринку забезпечують всі інші дрібні оператори, до яких належить і ТОВ «Тера Нова Девелопмент», створюючи поле конкурентного середовища.

Проведемо аналіз позицій ТОВ «Тера Нова Девелопмент» на ринку автозапчастин України. Український ринок автозапчастин станом на 01.07.2017 р. поділений таким чином: ТОВ «Еліт-Україна» – 15 %; ТОВ «Автодмсервіс» – 11 %; ТОВ «Юнік Трейд» – 9 %; ТОВ «Парус-Авто» – 5 %, ТОВ «Тера Нова Девелопмент» – 3 %, ТОВ «Mega Cars Ukraine» – 1 %, інші – 43 % (рис. 3).

Визначимо рівень конкурентоспроможності ТОВ «Тера Нова Девелопмент» та його найближчих конкурентів (табл. 4). Оцінювання параметрів проводилося за 5-ти бальною системою [3].

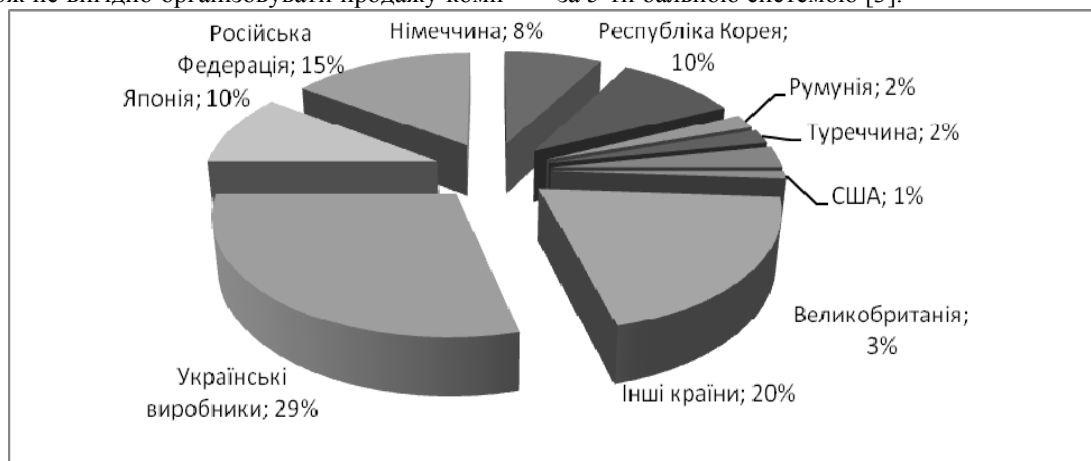


Рис. 2. Наповнення українського ринку автозапчастин в розрізі країн в 2015-2016 рр., % [4]

Таблиця 3

Склад основних суб'єктів, обсяг і структура товарообігу автозапчастин на ринку (aftermarket) України [4]

Назва підприємств	Товарообіг (т/о) 2014 р.		Товарообіг (т/о) 2015 р.		Товарообіг (т/о) 2016 р.	
	Млн. дол. США	Частка в загальному т/о	Млн.дол. США	Частка в загальному т/о	Млн.. дол. США	Частка в загальному т/о
АД Україна	40,1	30,59	45,4	30,51	54,5	30,72
Intercars Україна	27,7	21,13	30,3	20,36	32,4	18,26
VLADISLAV	17,5	13,35	20,7	13,91	26,5	14,94
ELIT Україна	15,2	11,59	15,1	10,15	22,2	12,51
Fota	8,2	6,26	8,1	5,44	9,3	5,24
Meteor	7,2	5,49	7,3	4,91	9,1	5,13
Unik trade	5,1	3,89	6,6	4,44	7,2	4,06
Avto Team	–	–	5,1	3,43	6,1	3,44
Bastion	6,3	4,81	5,9	3,96	5,0	2,82
Avto lider	3,8	2,89	4,3	2,89	5,1	2,88
.....						
ТОВ «Тера Нова Девелопмент»	0,3	0,23	0,16	0,1	0,19	0,11
ВСЬОГО:	131,1	100,0	148,8	100,0	177,4	100,0

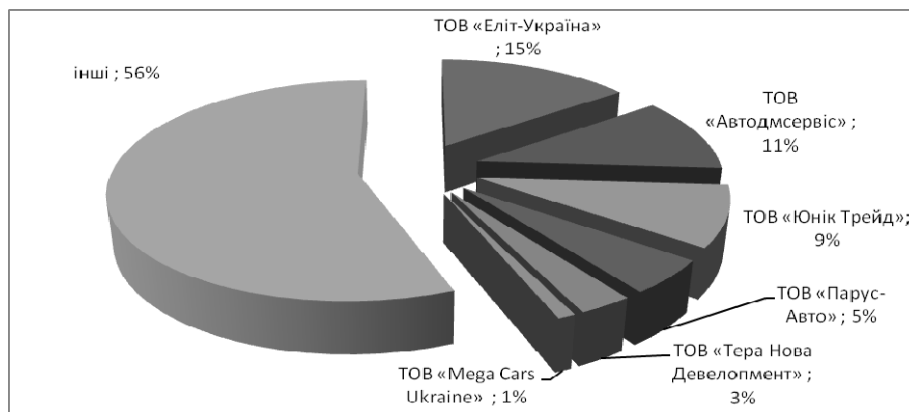


Рис. 3. Частка ТОВ «Тера Нова Девелопмент» та його основних конкурентів на ринку автозапчастин України, станом на 01.07.2017 р. [складено на підставі інформації аналітичної компанії TNS [5]]

Таблиця 4

Визначення рівня конкурентоспроможності ТОВ «Тера Нова Девелопмент»

Фактори конкурентоспроможності	ТОВ «Тера Нова Девелопмент»	Конкуренти		
		ООО «Роберт BOSCH»	ВАТ «Первомайський електромеханічний завод» ім. К.Маркса	ВАТ «ДЕМЗ»
1	2	3	4	5
1. Продукт				
Якість	5	5	3	4
Технічні параметри	4	5	2	4
Гарантійний строк експлуатації	4	5	4	4
Унікальність	4	5	3	4
Надійність	5	5	3	3
Захищеність патентами	5	5	2	5
2. Ціна				
Розмір преїскурантної ціни	5	3	4	4
Строки платежів	3	3	5	4
Умови кредитування	5	5	2	2
3. Канали розподілу				
Розвиток системи оптових посередників	5	5	2	3
Кваліфікація персоналу	4	5	3	2
Охоплення ринку	5	5	1	4

Продовження табл. 4

1	2	3	4	5
Розвиток складських площ	4	3	2	4
Система управління запасами	5	5	3	3
Система транспортування продукції	5	5	2	4
4. Система комунікацій				
Розвиток реклами	4	5	1	2
Індивідуальний продаж	4	5	4	4
Презентація товарів	5	5	2	4
Навчання і підготовка збутових служб	3	4	1	2
Система стимулювання збуту	5	5	4	4
Загальна кількість балів	89	93	53	70

З даної таблиці можна зробити висновки, що найбільшим конкурентом для ТОВ «Тера Нова Девелопмент» є ООО «Роберт Бош», але ВАТ «Електромаш» має теж дуже високі показники по всім характеристикам, що свідчить про сталий розвиток підприємства, відповідність міжнародним вимогам і стандартам Європи, високу якість продукції і освоєний ринок збуту. ТОВ «Тера Нова Девелопмент» має добре налагоджену систему збуту і транспортування товару. Систематично проводить перепідготовку, перекваліфікацію і навчання кадрів. Не останнє місце займає розвиток реклами.

Слід зазначити, що найбільшими конкурентними перевагами ТОВ «Тера Нова Девелопмент» є 20-ти річний досвід роботи в Україні, продукція європейського та вітчизняного виробництва, робота з виробником на пряму без посередників, що знижує витрати на придбання, індивідуальний підхід до кожного споживача, висококваліфікований персонал, сервісне обслуговування та гарантія, наявність сертифікатів якості, дипломів, висновків державної санітарно-епідеміологічної експертизи тощо. ТОВ «Тера Нова Девелопмент» займає достатньо високі позиції на ринку автозапчастин України, та має усі можливості для збільшення частки ринку, завоювання більшої лояльності споживачів та підвищення рівня конкурентоспроможності.

В цілому ринок автозапчастин України ділять на чотири конкуруючих сегмента:

- оригінальні;
- оригінал-аналогічні (від рекомендованих виробником заводів);
- неоригінальні і додаткові (тунінгові);
- підроблені.

Світова тенденція заміни дорогих, оригінальних запчастин дешевими набула особливого поширення в країнах СНД. В цих країнах давно працює повноцінний (найчастіше – тінювий) ринок відновлених запчастин, тісно пов'язаний з СТО і розбірками. Останнім часом експерти (наприклад, від Jasticars) говорять про потік низькоякісних підробок з Китаю і Південної Кореї. Відзначається також зростання поставок деталей від західних компаній для українських і російських авто; цей бізнес особливо популярний в Угорщині, Польщі, Чехії та Словаччині.

У свою чергу, українські компанії налагодили випуск дешевих варіантів деталей для іномарок. Різниця в цінах істотна. Неоригінальні деталі дешевше на 30-

40 %, а "тінювий" ринок пропонує їх в рази дешевше, ніж легальний. Незважаючи на розвинене в Україні дробове і особливо тінюве виробництво комплектуючих до іномарок, основна роль на цьому ринку, очевидно, і далі буде належати імпорту.

Загальними рисами вітчизняного ринку автозапчастин є: ринок динамічний; ринок розвивається позитивно, тобто зростає; під впливом попиту, постійно змінюється структура споживання, що впливає на структуру товарообігу автокомплектуючих; в загальному товарообігу автокомплектуючих питому частину складають автозапчастини [2].

З огляду на безпосередню залежність ринку від економічної ситуації в країні, варто очікувати продовження нинішніх тенденцій, а саме - зростання ринку автозапчастин, орієнтації кінцевого покупця на максимум доступний продукт і збільшення частки «чорних» і контрафактних деталей. Всі учасники ринку змушені пристосовуватися до нових умов, що не означає, що в цих самих умовах не можна зберегти, або навіть поліпшити свої позиції. Очевидно, що поточна тенденція не буде тривати вічно, проте до тих пір, поки не відбудуться зміни в загальноекономічних показниках, ніяких змін не відбудеться і в ринку автозапчастин.

ВИСНОВКИ

Таким чином, протягом останніх років спостерігається позитивна динаміка розвитку українського ринку автомобільних запчастин. Структура збуту комплектуючих для автомобілів розподіляється наступним чином: половина всіх продажів відбувається через фірмові і незалежні станції технічного обслуговування і оптові склади, а друга половина – в роздріб (автомагазини, роздрібні мережі) і за допомогою автомобільних ринків. Збільшення продажів автомобільних запчастин через станції технічного обслуговування офіційних дилерів спричинить за собою підвищення якості сервісу.

Список використаних джерел

1. База аналітичних матеріалів. Аналіз ринків [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.marketing.net.ua>
2. Головніна О.Г. Маркетингові засади конкурентоспроможності підприємства на українському ринку автозапчастин / О.Г. Головніна, В.М. Сотниченко // Економіка. Менеджмент. Бізнес. - 2015. - № 1. - С. 212-218.
3. Котлер Ф. Основы маркетинга / Ф. Котлер;

пер. с англ. под. общ. ред. и вступ. сл. Е.М. Пеньковой. - М.: Прогресс, 2012. – 736 с.

4. Офіційний сайт Державної служби статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>

5. Офіційний сайт аналітичної компанії [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://tns-ua.com/>

6. Савич О.П. Стратифікація та динаміка вітчизняного ринку автозапчастин / О.П. Савич // Ефек-

тивна економіка. - 2012. - № 3.

7. Ткачов М.М. Моделювання ринку автомобільних запасних частин з урахуванням контрафакту / М.М. Ткачов // Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Проблеми економіки та управління. - 2015. - № 815. - С. 135-144.

8. Retail in 2018 - Shop numbers, Online and the High Street [Electronic resource]. - Available at: <http://www.retailresearch.org/retail2018.php>.

КУХАР

Наталія Петрівна
kuharnatali@email.ua

УДК 657

ОБЛІКОВА ПОЛІТИКА В УПРАВЛІННІ
АГРОПІДПРИЄМСТВОМ

ПРИЙМАК

Світлана Вікторівна
svpriymak5@gmail.comмагістр, Львівський
національний університет
імені Івана ФранкаACCOUNTING POLICY IN
AGRICULTURAL ENTERPRISE
MANAGEMENTк.е.н., доцент, викладач,
Львівський національний
університет імені Івана
Франка

У статті розкрито сутність поняття облікової політики, визначено її функції, проаналізовано її роль в управлінні агропідприємством. Розкрито методичний, технічний та організаційний аспекти облікової політики, враховуючи управлінський облік. Визначено основні проблеми, які стосуються формування облікової політики та запропоновано виділити окремий розділ з ведення управлінського обліку.

В статті раскрыта сущность понятия учетной политики, определены ее функции, проанализирована ее роль в управлении агропредприятием. Раскрыты методический, технический и организационный аспекты учетной политики, учитывая управленческий учет. Определены основные проблемы, касающиеся формирования учетной политики и предложено выделить отдельный раздел по ведению управленческого учета.

In the article the essence of the concept of accounting policy is disclosed, its functions are defined, its role in the management of agro enterprise is analyzed. Methodological, technical and organizational aspects of accounting policy are revealed, taking into account management accounting. The main problems, which are related to the formation of accounting policy, are proposed, and it is proposed to highlight a separate section on management accounting.

Ключові слова: облікова політика, наказ про облікову політику, управлінський облік

Ключевые слова: учетная политика, приказ об учетной политике, управленческий учет

Keywords: accounting policy, order of accounting policy, management accounting

ВСТУП

До основних завдань, які виникають перед підприємством в період його розвитку належить формування облікової політики, від якої в майбутньому залежить ефективність управління бухгалтерським обліком і фінансовий стан підприємства загалом. А так як працювати підприємству згідно розробленої облікової політики доведеться не один рік, то вона має відповідати такій методиці обліку, яка буде найбільш повно відповідати особливостям діяльності суб'єкта господарювання. Також її метою є формування раціональної системи інформаційного забезпечення для прийняття управлінських рішень. Тому потрібно детальніше дослідити питання облікової політики з позиції інструменту управління підприємством.

Поняття «облікова політика» та її роль в системі управління на сьогоднішній день є неоднозначним, свідченням цього є різні підходи до трактування даних питань таких науковців як: Бутинець Ф.Ф. [3], Пушкарь М.С. [4], Мулик Т.О. [5], Синиця Т.В. [6], Черній М.Я. [7], Піскунова Н.В. [8], Фоміна О. В. [9], Штик Ю.В. [10] та інші. Не дивлячись на великий доробок праць дослідників і зважаючи на те, що облікова політика має вагомий вплив на організацію управлінського обліку на підприємстві, вона потребує постійного дослідження.

МЕТА РОБОТИ

Мета статті полягає в дослідженні сутності, формування облікової політики на підприємствах агробізнесу та її значення для управлінського обліку.

МЕТОДИ ДОСЛІДЖЕННЯ

Методологічною та інформаційною основою роботи є наукові праці, матеріали періодичних видань, ресурси Internet, нормативно-правові акти та Міжнародні стандарти бухгалтерського обліку.

При написанні статті використовувались такі методи: аналіз, описовий, порівняння та узагальнення.

РЕЗУЛЬТАТИ

Трактування поняття «облікова політика» як у Міжнародних стандартах фінансової звітності, так і в українському законодавстві передбачає, що підприємство до початку звітного періоду вибирає в межах, встановлених стандартами або іншими нормативними документами, певні методи, методики, способи оцінки, форми організації обліку, які використовуються ним для ведення поточного обліку і складання фінансової звітності. З одного боку це забезпечує однозначність тлумачення показників фінансової звітності, а з іншого – створює умови для здійснення фінансового управління. Тлумачення сутності поняття «облікова політика» згідно основних нормативних актів та позицій вчених наведено в табл. 1.

Узагальнюючи мету облікової політики та напрями її впливу на управління підприємством зазначимо, що облікова політика є інструментом досягнення різноманітних цілей підприємства, спрямованих на покращення його діяльності.

Безумовно, облікова політика є інструментом управління бухгалтерським обліком на підприємстві. Однак значення облікової політики виходить за межі цього процесу. Як інструмент управління облікова політика підприємства має виконувати ряд функцій (рис. 1).

За формою облікова політика підприємства має вигляд наказу керівника (власника), на підставі якого

головний бухгалтер складає проект наказу і зі всіма додатками та розрахунками передає на затвердження власнику (керівнику) підприємства. Наказ набирає юридичної сили з дня його підписання власником (керівником) підприємства і є обов'язковим для виконання всіма службами і працівниками підприємства [6].

Життєвий цикл облікової політики на підприємстві складається із трьох стадій: формування, затвердження, використання. Послідовність формування облікової політики на прикладі ТОВ «Агроном Центр» можна представити у вигляді наступної схеми (рис. 2).

Таблиця 1

Трагування терміну «облікова політика» в різних джерелах [на основі [1, 2, 3, 4]]

Нормативний акт	Визначення поняття
Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності» [1]	Облікова політика – сукупність принципів, методів і процедур, які використовуються підприємством для складання та подання фінансової звітності.
Міжнародний стандарт бухгалтерського обліку 8 «Облікові політики, зміни в облікових оцінках та помилки» [2]	Облікові політики – конкретні принципи, основи, домовленості, правила та практика, застосовані суб'єктом господарювання при складанні та поданні фінансової звітності.
Ф.Ф. Бутинець [3]	Облікова політика – це сукупність способів ведення бухгалтерського обліку, які були обрані підприємством.
М.С. Пушкар [4]	Облікова політика – це конституція підприємства, яка передбачає права і обов'язки системи обліку з приводу формування інформаційних ресурсів для менеджерів.

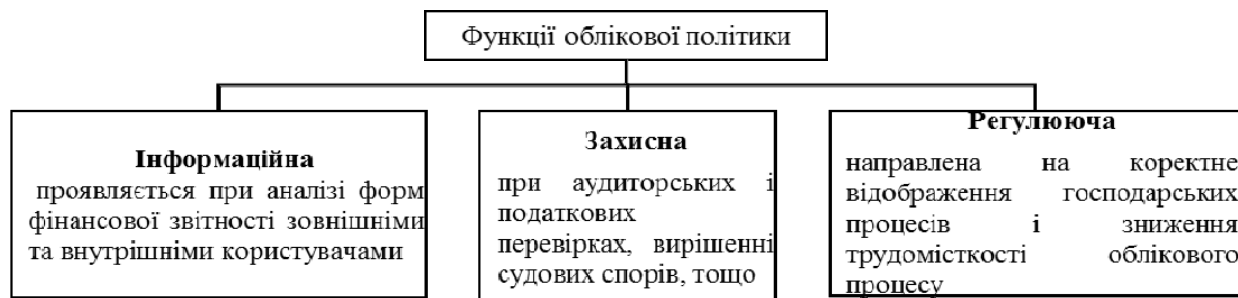


Рис. 1. Функції облікової політики [складено на основі [5]]

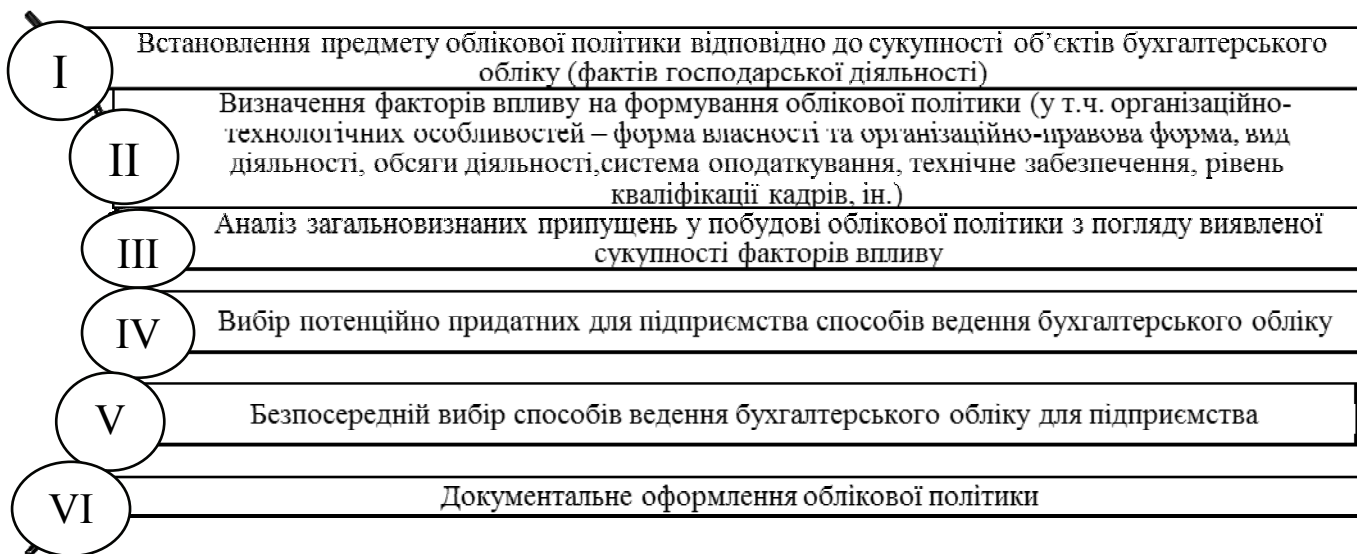


Рис. 2. Етапи формування облікової політики на прикладі підприємства ТОВ «Агроном Центр» [складено на основі [7]]

Чинники середовища виробничої системи можуть бути зовнішніми і внутрішніми. Також їх можна класифікувати таким чином: економічні, технічні, організаційні, політичні, правові, соціальні, екологічні [8]. Узагальнені підгрупи чинників мають однакові класифікаційні ознаки, проте підгрупа зовнішніх чинників здійснює непрямий вплив на формування обліко-

вої політики виробничих систем загалом, тоді як підгрупа внутрішніх чинників визначає безпосередньо умови формування облікової політики конкретного підприємства. Рейтингові оцінки зовнішніх і внутрішніх чинників можуть не тільки збігатися, а й значно відрізнятись (рис. 3).

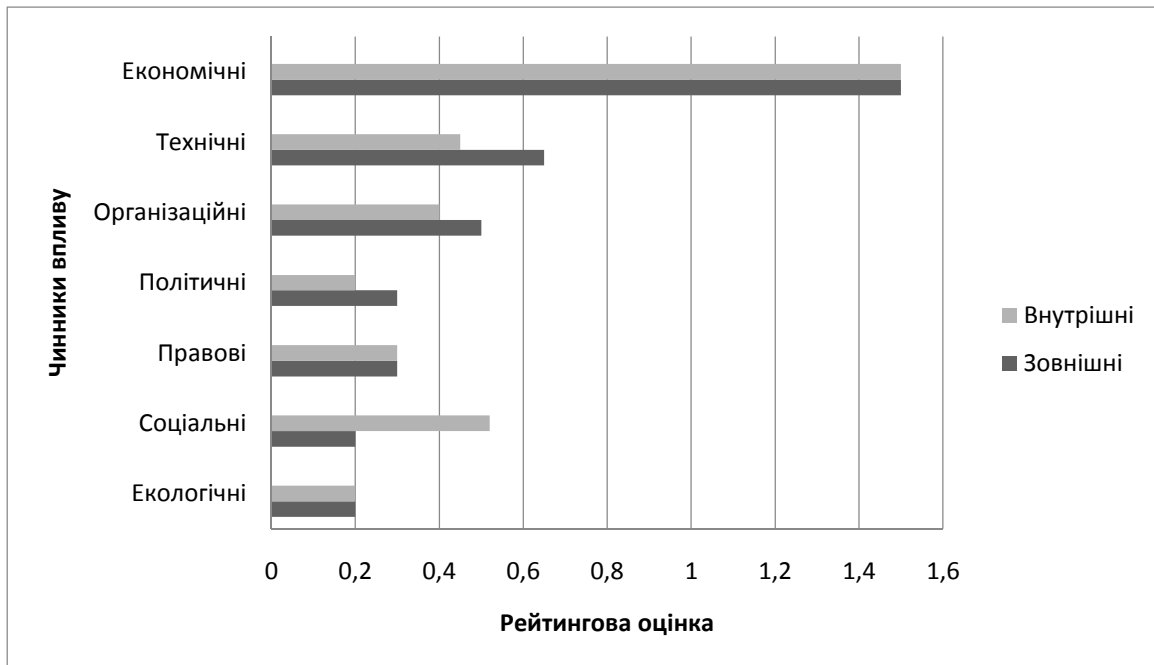


Рис. 3. Рейтингова оцінка впливу чинників на формування облікової політики агропідприємств [складено автором]

Облікова політика агропідприємства повинна забезпечити цілісність бухгалтерського обліку, тому вона має охоплювати всі аспекти облікового процесу, а саме методичний, технічний і організаційний. Відповідно в кожному даному аспекті має бути присутній управлінський облік.

Методичний аспект облікової політики характеризується вибором оцінки майна та зобов'язань, методу нарахування амортизації за різними видами активів підприємства, методу визначення, використання та розподілу прибутку і т.д. Для управлінського обліку цей аспект повинен включати вибрані варіанти відображення господарських фактів, передбачених нормативними документами і розроблені підприємством самостійно способи обробки даних з урахуванням специфіки його діяльності та потреб управління.

У методичному розділі Наказу облікової політики агропідприємства потрібно:

- вибирати методи оцінки активів з метою складання управлінського балансу;
- визначити методику обліку витрат, калькуляції собівартості продукції і підготовки інформації для груп управлінських рішень;
- розробити формати управлінської звітності;
- розробити перелік господарських операцій, можливих у агропідприємстві [9].

Технічний аспект облікової політики визначає форму ведення бухгалтерського обліку (реєстри), схеми документообігу, робочий План рахунків, склад і порядок подання фінансової звітності тощо. Для

управлінського обліку даний аспект передбачає визначення системи управлінської звітності для ефективності управління підприємством.

Організаційний аспект облікової політики розкриває форму організації бухгалтерської служби, її місце в системі управління та взаємодію з іншими складовими цієї систем. Особливе місце тут має Положення про бухгалтерську службу – внутрішній документ, що регламентує діяльність облікового апарату, який визначає статус облікової служби, її місце як самостійного підрозділу в системі управління та її внутрішню організацію.

На сьогоднішній день залишаються невирішеними питання, пов'язані з визначенням посадових осіб і фахівців, відповідальних за всі етапи формування оцінки й контролю виконання облікової політики, встановленням технологічної послідовності розробки базисного розпорядчого документа про облікову політику, порядку взаємодії між службами, рівнями управління і обліку. Підприємства, які частково почали формувати облікову політику, на практиці далеко не повністю використовують її можливості. Керівники підприємств повинні знати, що облікова політика формується не тільки для обліку, вся функціональна діяльність, зумовлена обліковою політикою, повинна здійснюватися з метою розвитку і вдосконалення виробничої системи [10].

Практика формування облікової політики зводиться лише до видання наказу на поточний рік. Однак слід зауважити, що «наказ» – це остання подія в

формуванні облікової політики. Для її досягнення необхідно провести роботу з визначення процедур організації та ведення господарського обліку, який має відповідати особливостям діяльності виробничої системи та інтересам її власників. А це, в свою чергу, потребує вирішення значної кількості як організаційних, так і обліково-аналітичних завдань.

Також потрібно виділити окремих розділ з ведення управлінського обліку. Для узагальнення інформації для управлінського обліку необхідно: розробити план рахунків управлінського обліку, методику накопичення управлінської інформації, форми і зміст управлінської звітності. Для підвищення рівня аналітичності облікової інформації потрібно передбачити ведення управлінського обліку за центрами відповідальності.

Інформація управлінського обліку, отримана в оперативному режимі, дозволить здійснювати контроль за основними показниками діяльності підприємства. Інформація управлінської звітності є підґрунтям для прийняття керівництвом раціональних рішень щодо планування розвитку підприємства.

ВИСНОВКИ

Отже, облікова політика відіграє важливу роль в прийнятті управлінських рішень. Так як, саме на підставі аналітичних показників та звітності приймаються управлінські рішення, які в подальшому впливають на роботу всього підприємства. Методичний, технічний та організаційний аспекти облікової політики мають розроблятися на підставі основних управлінських цілей підприємства. Маючи за мету постійно впливати на визначену групу показників підприємства, управлінський персонал може розробити комплекс заходів, спрямованих на її досягнення, використовуючи відповідні інструменти облікової політики. Правильно сформована бухгалтерська та управлінська облікова політика допоможе оптимально організувати облік і заощадити матеріальні та трудові ресурси підприємства.

Список використаних джерел

1. Національне положення (стандарт) бух галтерського обліку «Загальні вимоги до фінансової звітності» від 07.02.2013 №73 (зі змінами і доповненнями).
2. Міжнародний стандарт бухгалтерського обліку 8 «Облікові політики, зміни в облікових оцінках та помилки» [Електронний ресурс]: затв. Наказом Міністерства фінансів України від 01.01.12 р. (зі змінами та доповненнями). - Режим доступу: http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/929_020.
3. Бутинець Ф.Ф. Організація бухгалтерського обліку: [навчальний посібник] / Ф.Ф. Бутинець. – Житомир: ПП «Рута», 2002. – 591 с.
4. Пушкар М.С. Облікова політика і звітність: [навчальний посібник] / М.С. Пушкар. – Тернопіль: Карт-бланш, 2003. – 141 с.
5. Мулик Т.О. Облікова політика як інструмент управління оподаткуванням / Т.О. Мулик // Глобальні та національні проблеми економіки. – 2015. – №4. – С. 1007-1012.
6. Синиця Т.В., Осьмірко І.В. Актуальні проблеми формування облікової політики підприємств / Т.В. Синиця, І.В.Осьмірко // Бізнес Інформ. – 2012. – №12. – С. 201-203.
7. Черній М.Я. Формування облікової політики підприємств на основі організаційно-технологічних особливостей діяльності / М.Я. Черній // Проблеми теорії та методології бухгалтерського обліку, контролю і аналізу. – 2012. – № 2. – С. 381-388.
8. Піскунова Н.В. Принципи формування облікової політики та чинники впливу на її вибір / Н.В. Піскунова // Наукові записки. Економіка. – 2013. – №23. – С. 174-177.
9. Фоміна О.В. Облікова політика для цілей управлінського обліку / О.В. Фоміна [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://www.sworld.com.ua/konfer33/168.pdf>
10. Штик Ю.В. Формування облікової політики щодо витрат на оплату праці в Україні / Ю.В. Штик // Економіка, фінанси, право. – 2015. – № 4/1. – С. 22-26.

КУЗЬМІН*Олег Євгенович*
*oleh.y.kuzmin@lpnu.ua**д.е.н., професор, директор*
Навчально-наукового інституту
економіки і менеджменту,
Національний університет
*"Львівська політехніка"***МЕЛЬНИК***Ольга Григорівна*
*olga.g.melnyk@lpnu.ua**д.е.н., професор, завідувач кафедри,*
Національний університет
*"Львівська політехніка"***ЖУК***Лілія Володимирівна*
*liliia.v.zhuk@lpnu.ua**к.т.н., доцент, начальник науково-*
дослідної частини, Національний
університет "Львівська
політехніка"

УДК 378.1

МЕТОД СИМПТОМАТИЧНОЇ ДІАГНОСТИКИ СТАНУ СИСТЕМИ НАУКОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ УНІВЕРСИТЕТУ**THE METHOD OF SYMPTOMATIC DIAGNOSTICS OF UNIVERSITY SCIENTIFIC ACTIVITY SYSTEM'S STATE**

Стаття присвячена розробленню теоретико-методичних засад симптоматичного діагностування системи наукової діяльності університету. Сформовано інформаційну базу показників, які відображають основні аспекти провадження наукової діяльності в університетах, для подальшого добору репрезентативних індикаторів діагностики системи.

Статья посвящена разработке теоретико-методических основ симптоматической диагностики системы научной деятельности университета. Сформирована информационная база показателей, отражающих основные аспекты проведения научной деятельности в университетах, для дальнейшего выбора репрезентативных индикаторов диагностики системы.

The article is dedicated to theoretical and methodical basics of the symptomatic diagnostics of the university scientific activity system. The information basis of indices, which show the main aspects of the university scientific activity, for further selection of the representative indicators of the system diagnostics is formed.

Ключові слова: *метод симптоматичної діагностики, показники наукової діяльності, система наукової діяльності, заклади вищої освіти*

Ключевые слова: *метод симптоматической диагностики, показатели научной деятельности, система научной деятельности, заведения высшего образования*

Keywords: *symptomatic diagnostics method, indices of scientific activity, scientific activity system, higher education establishments*

ВСТУП

Діагностика є невід'ємною складовою управлінських процесів будь-якої установи, організації чи підприємства: вона дає змогу оцінити та ідентифікувати ретроспективну, поточну та перспективну ситуацію, виявити шанси та загрози середовища функціонування і сформувати інформаційний масив для прийняття обґрунтованих управлінських рішень [1]. Заклади вищої освіти (ЗВО), перебуваючи у динамічному та надзвичайно конкурентному середовищі, потребують нових підходів та рішень щодо інструментів управління та, зокрема, методів дослідження, аналізу й оцінювання їхньої діяльності. Утім, як свідчить аналіз літературних джерел, у ЗВО практично не застосовуються сучасні системи та інструментарій діагностики; вживаються заходи з усунення низки проблем, однак не здійснюється поглиблене аналізування причин цих проблем. Діагностика внутрішнього середовища ЗВО, та, зокрема, діагностика системи наукової діяльності, має бути покладена в основу прийняття управлінських рішень щодо приведення у відповідність результатів наукової діяльності наукових та науково-

педагогічних працівників запитам сучасної науки і техніки, економіки та суспільства, й особистісним потребам суб'єктів наукової діяльності. Важливого значення набуває й вибір діагностичного методу, який би забезпечив комплексне та обґрунтоване аналітичне оцінювання всіх аспектів системи наукової діяльності університету, а також факторів її мікро- та макросередовища.

МЕТА РОБОТИ – розроблення теоретико-методичних засад діагностування системи наукової діяльності ЗВО, зокрема університету, для вирішення проблем і використання переваг, що виникають в процесі функціонування такої системи. Для досягнення поставленої мети дослідження визначено основні завдання:

1) Вибрати та обґрунтувати метод діагностики стану системи наукової діяльності університету за результатами аналізування літературних джерел;

2) Означити сутність обраного методу діагностики, його методологічні особливості та алгоритм проведення;

3) Сформувати інформаційну базу показників, які відображають основні аспекти провадження наукової діяльності в університетах, для подальшого добору репрезентативних індикаторів діагностики системи наукової діяльності університету.

МЕТОДИ ДОСЛІДЖЕННЯ

Методологічною та інформаційною основою роботи є наукові праці, матеріали періодичних видань, Internet-ресурси, нормативно-правові акти України.

РЕЗУЛЬТАТИ

Визначення, основні поняття, категорії, системи, інструментарій та алгоритми економічної діагностики підприємств широко відображено у наукових працях закордонних та вітчизняних вчених [2-5]. Згідно з [6] **економічна діагностика підприємства** – це аналіз і оцінка економічних показників роботи підприємства на підставі вивчення окремих результатів, відсутності повної інформації з метою виявлення резервів та з'ясування перспектив його розвитку й наслідків поточних управлінських рішень. Автор [7] визначає діагностику як вид аналізу, котрий застосовується щодо основних показників діяльності організації з метою встановлення причин відхилень та проблем у функціонуванні досліджуваного об'єкта. Авторами [1, 4, 8, 9] систематизовано види та методичні підходи до економічної діагностики, запропоновано типологію систем діагностики за різними класифікаційними ознаками – за об'єктною спрямованістю (системи діагностики підприємства, його підрозділів, видів діяльності тощо), рівнем комплексності (система поглибленої діагностики та експрес-діагностики), за часовим спрямуванням (системи ретроспективної, поточної та перспективної діагностики), за періодичністю (системи перманентної, періодичної та разової діагностики), за формою (системи якісної та кількісної діагностики) тощо. Особливої уваги заслуговує класифікація діагностичних систем за характером дослідження – системи етіологічної та симптоматичної діагностики. Система етіологічної діагностики ґрунтується на дослідженні причинно-наслідкових зв'язків, та враховує насамперед чинники середовища функціонування та їхній вплив на перспективи функціонування організації (підхід: від причини – до симптому). Система симптоматичної діагностики базується на первинному дослідженні результатів діяльності організації з подальшим аналізуванням причин, що їх зумовили (підхід: від симптому – до причини) [1].

З огляду на особливості провадження та управління науковою діяльністю, а також з урахуванням структури доступної інформації, автори вважають доцільним застосування саме симптоматичного підходу до діагностики системи наукової діяльності ЗВО – фіксування позитивних чи негативних проявів (симптомів) дії різноманітних чинників, та подальше дослідження їхніх причин.

Концептуальні засади здійснення процедури симптоматичної діагностики відображено у [10]. Показано, що симптоматична діагностична система ґрунтується на комплексному дослідженні результатів дії множини факторів та обґрунтованій класифікації цих проявів. При цьому основна увага відводиться вив-

ченню симптомів, котрі в результаті аналізування розподіляються на позитивні та негативні, утворюючи при цьому відповідні сукупності симптомів, що відображають зміни стану підприємства та досягнення позитивних чи деструктивних результатів у діяльності досліджуваного об'єкта. Наступний етап симптоматичної діагностики ґрунтується на виявленні основних причин, що стали або можуть стати основою такого перебігу подій. Застосування на сучасних підприємствах етіологічної та симптоматичної систем діагностики у поєднанні дають змогу управлінням створити якісну інформаційну базу причин і наслідків, та відстежувати у подальшій діяльності їх перші прояви, конструктивно реагувати на зміни у підприємницькій діяльності і трансформувати перебіг розвитку необхідних елементів у потрібному напрямі.

Однак досвід використання зазначеного методу діагностики у будь-якій сфері підприємницької діяльності відсутній. Тому виникає необхідність у реалізуванні процедури симптоматичної діагностики на прикладі системи наукової діяльності університету.

Основні результати

На підставі опрацювання літературних джерел [11] та з урахуванням концепції симптоматичної діагностики [1, 10], запропоновано такий алгоритм проведення симптоматичної діагностики системи наукової діяльності університету:

1. Вибір об'єкта дослідження.
2. Формулювання мети і завдань діагностики.
3. Визначення формату дослідження за різними

ознаками: за рівнем комплексності (поглиблена (фундаментальна) діагностика, експрес-діагностика), за середовищем функціонування (діагностика внутрішнього середовища, діагностика зовнішнього середовища), за характером діяльності (діагностика власне наукової, фінансової, маркетингової, логістичної діяльності), за часовим спрямуванням (ретроспективна, поточна, перспективна діагностика), а також джерел отримання інформації (внутрішні – облікові та позаоблікові, зовнішні).

4. Формування інформаційної бази показників, які враховують особливості та результативність провадження наукової діяльності у ВНЗ: процесуальних характеристик, ресурсного забезпечення, ефективності управління тощо.

5. Визначення та обґрунтування системи репрезентативних індикаторів. При цьому повинні бути застосовані як кількісні індикатори (бібліометричні показники, кількість патентів, обсяги фінансування, залученого до виконання наукових досліджень), так і якісні (якість наукових послуг, ділова репутація, імідж ВНЗ тощо). Для загальної характеристики складних систем використовують загальні індикатори, для більш глибокої, деталізованої та уточненої характеристики – локальні; при цьому можливим є використання непрямих (допоміжних) індикаторів.

6. Визначення та обґрунтування нормативно-критеріальних (еталонних) значень для обраних індикаторів.

7. Виконання аналітичних процедур (вивчення симптомів). Ідентифікування стану системи наукової діяльності, порівняння отриманих значень показників

з нормативними значеннями, визначення сильних та слабких сторін системи.

8. Визначення причин, які зумовили виникнення проблем або, навпаки, призвели до отримання позитивного результату (проведення причинно-наслідкового аналізу).

9. Систематизування отриманої інформації, у разі необхідності – здійснення коригування репрезентативних індикаторів, формування висновків про стан системи наукової діяльності (встановлення діагнозу).

10. Формулювання варіантів рішень та можливостей розв'язання ключових проблем, аналізування та оцінювання стратегій і цілей ВНЗ у сфері наукової діяльності, формування рекомендацій щодо можливостей досягнення цих цілей.

Метою діагностування системи наукової діяльності університету є отримання інформаційної бази для подальшого розроблення заходів з підвищення ефективності функціонування системи. Основними завданнями є: моніторинг внутрішнього і зовнішнього середовища системи наукової діяльності та ідентифікування стану досліджуваного об'єкта; виявлення проблем, недоліків, а також можливостей, шансів та перспектив; формування засад для прийняття управлінських рішень, спрямованих на ліквідацію проблем і використання можливостей розвитку [1].

На сьогодні склалися об'єктивні передумови для аналізу внутрішнього середовища ВНЗ: відповідно до ст. 19 Закону України «Про наукову та науково-технічну діяльність» [12], ЗВО в частині провадження ними наукової (науково-технічної) діяльності підлягають державній атестації в порядку, визначеному Кабінетом Міністрів України. Згідно з проектом Порядку проведення державної атестації вищих навчальних закладів [13], оцінювання ефективності наукової та науково-технічної діяльності ЗВО здійснюватиметься за такими напрямками:

- забезпечення науковими і науково-педагогічними кадрами (кількісний склад, рівень кваліфікації);
- стан матеріально-технічної бази, яка використовується при виконанні наукових досліджень і розробок;
- якість наукової і науково-технічної діяльності на основі експертної оцінки з урахуванням:
 - рівня публікаційної активності з використанням наукометричних показників, які використовуються у міжнародній системі експертизи (індекс цитування, індекс Хірша та імпаکت-фактор);
 - фінансових показників;
 - показників, які засвідчують рівень готовності наукової продукції.

Для оцінювання та діагностування системи наукової діяльності університету виникає необхідність формування показників, які її характеризують. При цьому ключовим питанням є добір кількісних показників, які можливо виміряти або розрахувати; показники мають бути інформаційно доступними та достовірними. Такими показниками можуть бути абсолютні показники, джерелами яких є:

- дані статистичних спостережень за формами №3-наука (річна) «Звіт про здійснення наукових дос-

ліджень і розробок» [14], № 1-нк (річна) «Звіт про роботу аспірантури та докторантури» [15], №1-ПВ (квартальна) «Звіт з праці» [16];

- «Показники наукової та науково-технічної діяльності закладу вищої освіти» (формуються та подаються ЗВО щорічно до МОН України на підставі наказу «Про підсумки наукової та науково-технічної діяльності» [17];

- Дані моніторингової справи національного закладу вищої освіти на підтвердження статусу національного (згідно з [18] моніторингова справа розмішуватиметься на офіційному веб-сайті Національного агентства із забезпечення якості вищої освіти);

- дані, що подаються ЗВО для участі у міжнародних та національних рейтингах;

- результати анкетування, експертного опитування тощо.

Дані статистичних спостережень включають в себе близько двохсот показників, і деталізовано відображають інформацію про витрати на виконання наукових досліджень і розробок (за видами витрат, видами робіт; джерелами фінансування), персонал, задіяний у виконанні наукових досліджень і розробок у межах ЗВО (статистичне спостереження «Звіт про здійснення наукових досліджень і розробок»), фонд оплати праці, фонд основної заробітної плати, фонд додаткової заробітної плати, компенсаційні та заохочувальні виплати (статистичне спостереження «Звіт з праці»). «Показники наукової та науково-технічної діяльності закладу вищої освіти» містять сукупність показників, які враховують особливості провадження наукової діяльності (ресурсні показники, показники результативності, ефективності, рівень інтернаціоналізації тощо). Для проведення діагностики стану системи наукової діяльності з-поміж великої кількості показників статистичних спостережень добираються показники, які здатні дати вичерпну оцінку елементів, взаємозв'язків, умов, в яких функціонує система наукової діяльності університету. При цьому для отримання повної діагностичної картини доцільно враховувати показники не лише останнього звітного року (поточний стан), але й останніх 3-5 років (ретроспективний стан). Показники, які запропоновано використовувати як інформаційну базу для симптоматичної діагностики системи наукової діяльності, наведено у табл. 1.

Необхідно зазначити, що велика кількість показників ускладнює процес оцінювання та діагностування. Це зумовлює необхідність формування репрезентативної вибірки показників – індикаторів, які б гарантували об'єктивність та достовірність висновків щодо стану системи наукової діяльності університету. Для аналізування системи наукової діяльності необхідно обрати абсолютні та відносні індикатори внутрішнього середовища системи наукової діяльності університету, із урахуванням, зокрема, окремих індикаторів, що використовуються у методиках вітчизняних та міжнародних рейтингів університетів (THE World University Rankings, QS World University Rankings, U-Multitrack), вимог щодо провадження освітньої діяльності у сфері вищої освіти [24], критеріїв надання та підтвердження статусу національного ЗВО [18].

Перелік абсолютних показників для здійснення симптоматичної діагностики системи наукової діяльності університету [сформовано авторами на підставі джерел[14-23]]

Код	Абсолютні показники	Інформаційні джерела
1	2	3
П ₁	Облікова кількість штатних працівників	Державне статистичне спостереження «Звіт з праці» № 1-ПВ(квартальна)
П ₂	Загальна чисельність штатних наукових та науково-педагогічних працівників (ННПП)	Показники наукової та науково-технічної діяльності ЗВО, (далі – Показники наукової діяльності) р.1.1.1+ р. 1.2.1.1+ р.1.2.2.1
П ₃	Чисельність штатних ННПП - докторів наук	Показники наукової діяльності, р.1.1.1.а + р.1.2.1.1.1) а) + р.1.2.2.1. а)
П ₄	Чисельність штатних ННПП - кандидатів наук	Показники наукової діяльності, р.1.1.1.б + р.1.2.1.1.1) б) + р.1.2.2.1 б)
П ₅	Чисельність молодих вчених (кандидатів наук віком до 35 років та докторів наук віком до 40 років) – штатних ННПП	Показники наукової діяльності, р.10.1.1) + р.10.1.2)
П ₆	Чисельність наукових працівників	Показники наукової діяльності, р.1.2.1.1 + р.1.2.2.1
П ₇	Кількість штатних ННПП та докторантів, відзначених державними преміями України, а також молодих учених, які отримали премії, гранти, стипендії Президента України, Верховної Ради України, Кабінету Міністрів України	Показники наукової діяльності, р.5.2. + р.5.3. + р.10.2.1) + р.10.2.2) + р.10.2.3) + р.10.2.4) + р.10.2.5) + р.10.2.6) + р.10.2.7)
П ₈	Кількість науково-педагогічних та наукових працівників, яким протягом останніх 10 років було присвоєно почесні звання України	Моніторингова справа національного закладу вищої освіти на підтвердження статусу національного
П ₉	Кількість штатних ННПП та докторантів, які мають сертифікат відповідно до Загальноєвропейської рекомендації з мовної освіти на рівні, не нижче B2, з мов країн ЄС, підтвержені тестами TOEFL, International English Language Testing System або сертифікатом Cambridge English Language Assessment (англійська мова), Goethe-Zertifikat, TestDaF (німецька мова); DELF або DALF (французька мова) та D.E.L.E. (іспанська мова)	Щорічний звіт про наукову діяльність ЗВО
П ₁₀	Кількість штатних ННПП, які не менше трьох місяців протягом звітного періоду або із завершенням у звітному періоді стажувалися, проводили навчальні заняття в іноземних ЗВО (наукових установах)	Щорічний звіт ректора
П ₁₁	Кількість ННПП, які мають не менше п'яти наукових публікацій у періодичних виданнях, які на час публікації було включено до наукометричної бази Scopus або Web of Science, інших наукометричних баз, визнаних МОН	Офіційний сайт ЗВО. Моніторингова справа національного закладу вищої освіти на підтвердження статусу національного
П ₁₂	Кількість науково-педагогічних та наукових працівників, які здійснювали наукове керівництво (консультування) не менше п'ятьох здобувачів наукових ступенів, які захистилися в Україні	Офіційний сайт ЗВО. Моніторингова справа національного закладу вищої освіти на підтвердження статусу національного
П ₁₃	Кількість залучених іноземних ННПП, які взяли участь у навчальному процесі на підставі трудової угоди	Щорічний звіт ректора
П ₁₄	Кількість штатних ННПП, які є членами редакційних колегій наукових журналів, які входять у Scopus або Web of Science, чи є рецензентами у таких журналах	Щорічний звіт про наукову діяльність ЗВО

Продовження табл. 1

1	2	3
П ₁₅	Витрати на оплату праці персоналу, залученого до виконання наукових досліджень та розробок	Державне статистичне спостереження «Звіт про здійснення наукових досліджень і розробок», Форма № 3-наука (річна), р. 103
П ₁₆	Фонд оплати праці штатних працівників	Державне статистичне спостереження «Звіт з праці» № 1-ПВ (квартальний), р. 5010
П ₁₇	Фонд основної заробітної плати	№ 1-ПВ (квартальний), р. 5020
П ₁₈	Фонд додаткової заробітної плати	№ 1-ПВ (квартальний), р. 5030
П ₁₉	Заохочувальні та компенсаційні виплати	№ 1-ПВ (квартальний), р. 5060
П ₂₀	Загальний обсяг бюджету ЗВО	Офіційний сайт ЗВО
П ₂₁	Обсяг валових витрат на виконання наукових досліджень і розробок	Форма № 3-наука (річна), р.100
П ₂₂	Внутрішні витрати на виконання наукових досліджень і розробок	Форма № 3-наука (річна), р. 101
П ₂₃	Обсяг фінансування наукової та науково-технічної діяльності із загального фонду	Показники наукової та науково-технічної діяльності, р.3.1
П ₂₄	Обсяг надходжень до спеціального фонду за результатами наукової та науково-технічної діяльності	Показники наукової та науково-технічної діяльності, р.3.2
П ₂₅	Обсяг надходжень до спеціального фонду за результатами наукової та науково-технічної діяльності за проектами міжнародного співробітництва (гранти, наукові проекти)	Показники наукової та науково-технічної діяльності, р.3.2.3
П ₂₆	Обсяг надходжень до спеціального фонду за результатами виконання наукових і науково-технічних робіт за госпдоговорами (у т.ч. міжнародними)	Показники наукової та науково-технічної діяльності, р.3.2.4
П ₂₇	Обсяг надходжень до спеціального фонду за надання наукових послуг	Показники наукової та науково-технічної діяльності, р.3.2.5
П ₂₈	Капітальні витрати із загального фонду на придбання наукового обладнання	Показники наукової та науково-технічної діяльності, р. 4.1.1.
П ₂₉	Капітальні витрати із спеціального фонду на придбання наукового обладнання за кошти іноземних грантів	Показники наукової та науково-технічної діяльності, р. 4.1.2.1
П ₃₀	Капітальні витрати із спеціального фонду на придбання наукового обладнання за кошти та/або передані спонсорами та інвесторами	Показники наукової та науково-технічної діяльності, п.4.1.2.2
П ₃₁	Кількість наукових видань, засновником (співзасновником) яких є ЗВО	Щорічний звіт про наукову діяльність ЗВО
П ₃₂	Кількість журналів ЗВО, що входять до наукометричних баз даних Scopus та /або WebofScience	Показники наукової та науково-технічної діяльності, р.6.12.1 + р.6.12.2
П ₃₃	Кількість наукових журналів, які входять з ненульовим коефіцієнтом впливовості до наукометричних баз Scopus, WebofScience, інших наукометричних баз, визнаних МОН, що видаються ЗВО	Офіційний сайт ЗВО. Моніторингова справа національного закладу вищої освіти на підтвердження статусу національного
П ₃₄	Кількість наукових праць, опублікованих у виданнях, що індексуються наукометричними базами даних Scopus та /або WebofScience	Показники наукової та науково-технічної діяльності, р.6.4 + р.6.5
П ₃₅	Сумарний h-індекс ЗВО	Показники наукової та науково-технічної діяльності, р.6.11
П ₃₆	Кількість підручників, навчальних посібників	Показники наукової та науково-технічної діяльності, р.6.2
П ₃₇	Кількість виданих монографій, рекомендованих Вченою радою ЗВО	Показники наукової та науково-технічної діяльності, р.6.1.1 + р.6.2.2.

Продовження табл. 1

1	2	3
П ₃₈	Кількість об'єктів права інтелектуальної власності, що зареєстровані закладом вищої освіти та/або зареєстровані (створені) його науково-педагогічними та науковими працівниками, що працюють у ньому на постійній основі за звітний період	Моніторингова справа національного закладу вищої освіти на підтвердження статусу національного
П ₃₉	Кількість патентів на винаходи, отриманих за кордоном	Показники наукової та науково-технічної діяльності, р.7.2.2.1
П ₄₀	Кількість об'єктів права інтелектуальної власності, які комерціалізовано закладом вищої освіти та/або його науково-педагогічними та науковими працівниками, які працюють у ньому на постійній основі у звітному періоді	Моніторингова справа національного закладу вищої освіти на підтвердження статусу національного
П ₄₁	Кількість міжнародних заходів, проведених у ЗВО	Показники наукової та науково-технічної діяльності закладу вищої освіти, р.5.4.5
П ₄₂	Кількість конференцій та симпозіумів, організованих та проведених у ЗВО під егідою міжнародних організацій (наприклад, IEEE), матеріали яких індексуються НБД Scopus або WebofScience	Щорічний звіт про наукову діяльність ЗВО
П ₄₃	Кількість спеціальностей, за якими здійснюється підготовка здобувачів вищої освіти у закладі вищої освіти	Офіційний сайт ЗВО
П ₄₄	Кількість ліцензованих спеціальностей аспірантури	Офіційний сайт ЗВО
П ₄₅	Кількість спеціальностей докторантури	Офіційний сайт ЗВО
П ₄₆	Кількість аспірантів	Державне статистичне спостереження «Звіт про роботу аспірантури та докторантури», форма № 1-нк (річна), розділ I, р.101.7.+ р.101.8
П ₄₇	Кількість аспірантів, зарахованих у звітному році	форма № 1-нк (річна), розділ I, р.101.1.+ р.101.2
П ₄₈	Кількість аспірантів, зарахованих у звітному році на денну форму	Форма № 1-нк (річна), розділ I, р.101.1
П ₄₉	Кількість аспірантів, зарахованих у звітному році за рахунок коштів бюджету	Форма № 1-нк (річна), розділ IV, р.402.1 + р.403.1
П ₅₀	Кількість аспірантів, зарахованих у звітному році за рахунок коштів фізичних та юридичних осіб	Форма № 1-нк (річна), розділ IV, р.402.2 + р.403.2
П ₅₁	Кількість аспірантів, зарахованих у звітному році на денну форму за технічними спеціальностями (для технічних ЗВО)	Форма № 1-нк (річна), розділ I, р.101.1 (вибірка за технічними спеціальностями)
П ₅₂	Середньорічна кількість іноземних громадян серед здобувачів вищої освіти (аспірантів), які навчаються за кошти фізичних або юридичних осіб, за денною формою навчання за останні три роки	Форма № 1-нк (річна), розділ II, р. 201.7 + р. 201.8.+ р.201.9, дані за три останні роки
П ₅₃	Середньорічна кількість громадян країн - членів Організації економічного співробітництва та розвитку - серед здобувачів вищої освіти (аспірантів), які навчаються за кошти фізичних або юридичних осіб, за денною формою навчання за останні три роки;	Офіційний сайт ЗВО. Моніторингова справа національного закладу вищої освіти на підтвердження статусу національного
П ₅₄	Кількість аспірантів-іноземців, зарахованих у звітному році	Форма № 1-нк (річна), розділ II, р.201.1 + р.201.2 + 201.3
П ₅₅	Фактичний випуск аспірантів у звітному році	Форма № 1-нк (річна), розділ I, р. 101.3 + р.101.5
П ₅₆	Фактичний випуск аспірантів у звітному році із захистом дисертації	Форма № 1-нк (річна), розділ I, р. 101.4 + р.101.6

Продовження табл. 1

1	2	3
П ₅₇	Кількість аспірантів, які залишилися працювати у ВНЗ після завершення аспірантури	Показники наукової та науково-технічної діяльності закладу вищої освіти, розділ «Підготовка наукових кадрів», п.2.8
П ₅₈	Кількість докторантів	Форма № 1-нк (річна), розділ III, р.301.4
П ₅₉	Кількість докторантів, зарахованих у звітному році	Форма № 1-нк (річна), розділ III, р.301.1
П ₆₀	Кількість докторантів, зарахованих у звітному році за рахунок коштів бюджету	Форма № 1-нк (річна), розділ IV, р.404.1
П ₆₁	Кількість докторантів, зарахованих у звітному році за рахунок коштів фізичних та юридичних осіб	Форма № 1-нк (річна), розділ IV, р.404.2
П ₆₂	Кількість докторантів, зарахованих у звітному році на денну форму за технічними спеціальностями (для технічних ЗВО)	Форма № 1-нк (річна), розділ III, р.301.1 (вибірка за технічними спеціальностями)
П ₆₃	Фактичний випуск докторантів у звітному році	Форма № 1-нк (річна), розділ III, р.301.2
П ₆₄	Фактичний випуск докторантів у звітному році із захистом дисертації	Форма № 1-нк (річна), розділ III, р.301.3
П ₆₅	Кількість докторантів, які залишилися працювати у ВНЗ після завершення докторантури	Щорічний звіт про наукову діяльність ЗВО
П ₆₆	Кількість спеціальностей у спеціалізованих вчених радах	Показники наукової діяльності, р.2.5.
П ₆₇	Кількість дисертацій, захищених у спеціалізованих вчених радах ВНЗ	Показники наукової діяльності, р. 2.6.1.1) + р. 2.6.2.1)
П ₆₈	Кількість дисертацій, захищених у спеціалізованих вчених радах ЗВО працівниками, аспірантами, докторантами інших ЗВО, установ, організацій	Показники наукової та науково-технічної діяльності, р. 2.6.1. б) + р. 2.6.2. б)
П ₆₉	Кількість програм подвійних дипломів, що реалізуються ЗВО спільно з іноземними університетами, для здобувачів вищої освіти доктор філософії	Офіційний сайт ЗВО
П ₇₀	Кількість освітньо-наукових програм на здобуття наукового ступеня доктор філософії англійською мовою	Офіційний сайт ЗВО
П ₇₁	Кількість здобувачів вищої освіти третього освітньо-наукового рівня денної форми навчання, які не менше трьох місяців протягом звітнього періоду або із завершенням у звітному періоді навчалися (стажувалися) в іноземних ЗВО (наукових установах) за межами України	Щорічний звіт про наукову діяльність ЗВО
П ₇₂	Кількість студентів денної форми навчання	Показники наукової та науково-технічної діяльності, р.9.1
П ₇₃	Кількість студентів денної форми навчання, залучених до виконання науково-дослідних робіт	Показники наукової та науково-технічної діяльності, р.9.2
П ₇₄	Кількість наукових праць, опублікованих студентами, у фахових виданнях та виданнях, які входять до міжнародних НБД	Щорічний звіт про наукову діяльність ЗВО
П ₇₅	Кількість студентів денної форми навчання, які брали участь у міжнародних студентських конференціях, симпозіумах, творчих конкурсах, проведених за кордоном	Щорічний звіт про наукову діяльність ЗВО
П ₇₆	Кількість студентів денної форми навчання, які одержували стипендії Президента України, які стали переможцями Всеукраїнських та міжнародних конкурсів студентських наукових робіт	Показники наукової та науково-технічної діяльності, р.9.5 + р.9.3.1 + р.9.3.2

Продовження табл. 1

1	2	3
П ₇₇	Кількість здобувачів вищої освіти денної форми навчання, які не менше трьох місяців протягом звітнього періоду або із завершенням у звітному періоді навчалися (стажувалися) в іноземних ЗВО (наукових установах) за межами України	Офіційний сайт ЗВО. Моніторингова справа національного закладу вищої освіти на підтвердження статусу національного
П ₇₈	Місце ЗВО за результатами рейтингу THE World University Rankings	Рейтинг THE World University Rankings
П ₇₉	Місце ЗВО за результатами рейтингу QS World University Rankings	Рейтинг QS World University Rankings
П ₈₀	Місце ЗВО за показниками бази даних SciVerseScopus	Рейтинг університетів за показниками бази даних SciVerseScopus
П ₈₁	Місце ЗВО за результатами консолідованого рейтингу	Консолідований рейтинг ЗВО

Відносні індикатори є більш інформативними з огляду на можливість забезпечення однозначності та обґрунтованості висновків. Обрані індикатори характеризують кадровий потенціал; фінансове, інформаційне та матеріальне забезпечення; наукову, інноваційну та фінансово-господарську результативність; а також цілісне функціонування системи [25]. Усі індикатори доцільно згрупувати за такими підсистемами системи наукової діяльності ЗВО:

- проведення наукових досліджень;
- підготовка наукових кадрів вищої кваліфікації;
- забезпечення творчої діяльності учасників освітнього процесу;
- використання отриманих результатів в освітньому процесі.

Важливим питанням є добір нормативно-критеріальних значень для кожного з індикаторів. Слід зазначити, що орієнтування на більшість із значень індикаторів, встановлених методиками міжнародних рейтингів для багатьох вітчизняних ЗВО поки що, на жаль, є недосяжним. Чимало українських університетів не досягають навіть порогових значень, визначених для окремих індикаторів – наприклад, щодо показників академічної мобільності, а саме кількості програм подвійних дипломів з іноземними університетами, які за останні три роки входили у топ-500 рейтингу QS (мінімальне значення для нарахування ненульових балів за цим індикатором – 1 програма, а мінімальним значенням для нарахування максимальної кількості балів є наявність 50 програм), щодо публікаційної активності, зокрема кількості наукових праць, опублікованих у виданнях, що індексуються у наукометричній базі Scopus (мінімальне значення для нарахування ненульового індексу за методикою рейтингу Times Higher Education – 1000 публікацій щорічно не менше останніх п'яти років, мінімальне значення для нарахування максимальної кількості балів – 2500 публікацій щорічно). З огляду на вище-зазначене, нормативно-критеріальні значення індикаторів доцільно встановлювати із врахуванням обраного варіанту діагностики. Виокремлюють такі можливі варіанти діагностики [26]: нормативна (поточний

стан системи наукової діяльності порівнюють із заданим станом системи; рекомендовані нормативно-критеріальні значення індикаторів встановлюються шляхом експертного опитування); ретроспективна (поточний стан системи наукової діяльності університету порівнюють з минулим станом системи цього ж університету); міжсуб'єктна (поточний стан системи певного університету порівнюють з поточним станом конкурентного університету або групи профільних університетів, які функціонують у цьому секторі ринку освітніх та наукових послуг).

Наступними етапами є поглиблене вивчення складових середовища системи наукової діяльності, ідентифікування її стану (визначення симптомів) шляхом виявлення сильних та слабких сторін ЗВО, та подальшого оцінювання, аналізу та обґрунтування передумов та причин, що вплинули на внутрішній стан системи наукової діяльності.

Сформована інформаційна база має стати основою для формування стратегії та прийняття управлінських рішень, спрямованих на ліквідування недоліків і проблем та використання можливостей удосконалення та подальшого розвитку. Основні стадії та етапи процесу проведення симптоматичної діагностики наведено на рис. 1.

Використання методу симптоматичної діагностики для оцінювання систем наукової діяльності університетів є цілком закономірним, адже прийняття ефективних управлінських рішень є можливим за умови наявності обґрунтованої інформації не лише про ефективність, результативність або проблеми у сфері наукової діяльності, а перш за все, про причини, які зумовили отримання позитивних результатів, чи, навпаки, виникнення проблем, а також встановлення взаємозв'язків між ними. Використання методу симптоматичної діагностики дасть змогу вчасно виявити можливі загрози та вжити заходи щодо їх подальшого запобігання, відстежувати відповідність вимогам зовнішнього та внутрішнього середовища, аналізувати стратегічні позиції університету на ринку освітніх та наукових послуг, та забезпечувати його ефективне функціонування в умовах конкурентного середовища.



Рис. 1. Процес проведення симптоматичної діагностики

ВИСНОВКИ

Орієнтування ЗВО на досягнення якісно нових результатів у сфері наукової діяльності зумовлює необхідність переходу від традиційного способу внутрішнього контролювання до управління, із врахуванням основних складових, процесів та суб'єктів наукової діяльності. Інструментарієм формування інформаційно-аналітичної бази управління науковою діяльністю є діагностування стану системи наукової діяльності, спрямоване на отримання обґрунтованої інформації про наукову результативність та умови досягнення наукових результатів. На підставі опрацювання літературних джерел з питань економічної діагностики діяльності підприємств обґрунтовано вибір методу симптоматичної діагностики для комплексного аналітичного оцінювання стану системи наукової діяльності університету. Сформульовано загальні засади, основні стадії та етапи процесу симптоматичної діагностики стану системи. За результатами аналізу форм державного статистичного спостереження та звітності ЗВО про наукову та науково-технічну діяльність, критеріїв надання статусу національного, сформовано сукупність показників, які відображають основні аспекти провадження наукової діяльності в університетах, та пропонуються для проведення симптоматичної діагностики.

У подальших дослідженнях заплановано сформулювати перелік індикаторів для проведення симптоматичної діагностики, провести симптоматичну діагнос-

тику для конкретних ЗВО та сформулювати пропозиції для прийняття управлінських рішень, спрямованих на ліквідування недоліків і проблем та використання можливостей удосконалення та подальшого розвитку.

Список використаних джерел

1. Мельник О.Г. Системи діагностики діяльності машинобудівних підприємств: полікритеріальна концепція та інструментарій: [монографія]. – Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2010. 344с.
2. Каплан Р.С. Сбалансированная система показателей. От стратегии к действию [пер. с англ.] / Роберт С. Каплан, Дейвид Нортон. – М.: ЗАО "Олимп-Бизнес", 2003. 304 с.
3. Kaplan R.S. The balanced Scorecard: Translating Strategy into Action / R.S. Kaplan, D.P. Norton. – Boston, Ma.: Harvard Business School Press, 1996.
4. Євдокимова, Н.М. Економічна діагностика: [навч.-метод. посібник для самост. вивч. дисциплін] // - К: КНЕУ, 2005. 110 с.
5. Кузьмін О.Є. Мельник О.Г. Основи менеджменту. Підручник для студентів економічних спеціальностей вищих навчальних закладів. – Київ: Академвидав, 2007. –464 с.
6. Економічна енциклопедія: У трьох томах. Т. 1. / Редкол.: С.В. Мочерний (відп. ред.) та ін. – К.: Видавничий центр "Академія", 2000. – 864 с.
7. Лафта Дж.К. Управленческие решения: Учебное пособие. – М.: ООО фирма «Благовест-В», 2004. – 135 с.

МАКАЗАН

Євгенія Василівна
e.v.makazan@gmail.com

УДК 658.3:174:005.332.4

КОРПОРАТИВНА КУЛЬТУРА ЯК МІЦНА КОНКУРЕНТНА ПЕРЕВАГА

CORPORATE CULTURE AS A DIRECT COMPETITIVE BENEFIT

к.е.н., доцент, Запорізький
національний університет

У цій статті аналізуються емпіричні дослідження та наукові статті, присвячені розвитку корпоративної культури з зовнішніми та внутрішніми впливами, важливими компонентами позитивної корпоративної культури та впливом культури на ефективне формування стратегії, структури та процесів. Досліджено, як корпоративна культура впливає на конкуренцію за інших рівних умов. Проаналізовані типи корпоративної культури та шляхи розвитку. Обґрунтовано необхідність інвестування коштів у розвиток корпоративної культури. Узагальнено роль комунікацій у розвитку корпоративної культури на підприємстві. Визначено вплив корпоративної культури на продуктивність фірми. Корпоративна культура в організаціях проектується через те, як менеджери ставляться до працівників.

В этой статье анализируются эмпирические исследования и научные статьи, посвященные развитию корпоративной культуры с внешними и внутренними воздействиями, важными компонентами позитивной корпоративной культуры и влиянием культуры на эффективное формирование стратегии, структуры и процессов. Доказано, как корпоративная культура влияет на конкуренцию при прочих равных условиях. Проанализированы типы корпоративной культуры и пути развития. Обоснована необходимость инвестирования средств в развитие корпоративной культуры. Рассмотрена роль коммуникаций в развитии корпоративной культуры на предприятии. Определено влияние корпоративной культуры на производительность компании. Корпоративная культура в организациях проектируется так, как менеджеры относятся к работникам.

This paper explores empirical research and academic articles devoted to the development of a corporate culture with external and internal influences, important components of positive corporate culture and the impact of culture on the effective formation of strategy, structure and processes. It is investigated how corporate culture influences the competition under other equal conditions. The types of corporate culture and ways of development are analyzed. The necessity of investing funds in corporate culture development is substantiated. The role of communications in the development of corporate culture at the enterprise is generalized. The influence of corporate culture on the firm's performance is determined. Corporate culture in organizations is projected through the way that the managers treat the employees.

Ключові слова: конкурентна перевага, конкуренція, корпоративна культура

Ключевые слова: конкурентное преимущество, конкуренция, корпоративная культура

Keywords: competitive advantage, competition, corporate culture

ВСТУП

Корпоративна культура є дуже актуальною темою в сучасному глобальному діловому середовищі, і у майбутньому вона буде ставати ще більш важливою. Корпоративна культура підприємства не тільки впливає на працівників в рамках фірми, а й на клієнтів, інвесторів та інших які входять до соціально-економічних зав'язків фірми.

Підприємство з сильною корпоративною культурою виділяється серед конкурентів і надає організації

можливість підтримувати довгострокові конкурентні переваги.

МЕТОЮ СТАТТІ є досягнення кращого розуміння особливостей успішних компаній, які створили міцну корпоративну культуру. Емпіричні докази були засновані в наукових працях та багатьох інших наукових статтях, які будуть підтримувати теорію того, наскільки сильна корпоративна культура позитивно впливає на стратегію, оскільки це може допомогти компаніям підтримувати довготривалі конкурентні

переваги та підтримувати сталий розвиток у відповідних галузях, навіть в складні економічні часи.

Наукова новизна полягає у вираженні ролі корпоративної культури в процесі конкуренції підприємств з іншими рівними показниками.

Практичне значення – визначити рекомендації щодо розвитку корпоративної культури з метою забезпечення високих фінансових результатів у довгостроковій перспективі та підвищення конкурентоспроможності підприємства на ринку.

Серед досліджень і публікацій вітчизняних та закордонних науковців, які займалися вивченням корпоративної культури, можна назвати праці наступних дослідників: Е. Джекс, Л. Елдрідж, А. Кромбі, Х. Шварц, С. Девіс, К. Голд, Л. Смірчич, С. Мішон, П. Штерн, А.О. Білінов, О.В. Василевська, В.В. Козлов, О.О. Козлова, О.С. Виханський, А.І. Наумов та інші. Дослідження проблем та методів формування корпоративної культури в глобалізованому економічному середовищі здійснюють зарубіжні та вітчизняні науковці, а саме: Б.М. Андрушків, В.Г. Воронкова, А.В. Кальянова, В.І. Куценко, О.О. Франчук, Г.Л. Хаст, Р.С. Чорний, В.В. Шконда та багато інших.

МЕТА РОБОТИ полягає у визначенні впливу сильної корпоративної культури на конкуренцію організацій на ринку. Проаналізувати позитивний вплив корпоративної культури на стратегію підприємства. Дослідити роль працівників компанії у створенні корпоративної культури.

МЕТОДИ ДОСЛІДЖЕННЯ

Методологічною та інформаційною основою роботи є наукові праці, матеріали періодичних видань, ресурси Internet з питань корпоративної культури.

При проведенні дослідження використано методи структурно-логічного аналізу, групування, порівняння та узагальнення.

РЕЗУЛЬТАТИ

В сучасному глобалізованому світі конкурентна боротьба прибирає слабкі підприємства. Підприємствам доводиться все більше і більше виділяти себе. Наявність таких яскравих відмінностей дозволяє компаніям процвітати та витримувати конкурентну перевагу, особливо в періоди економічного спаду. Головним джерелом конкурентних переваг є загальний набір цінностей, принципів і вірувань, що входять до складу підприємства, і через який вона працює. Особистість, за якою визнається підприємство, може відрізнитись засобом диференціювання продукції та послуг від конкурентів, якістю та технічним обслуговуванням та інше. Корпоративна культура – це явище, яке неможливо легко визначити. Оскільки це важко визначити, його також не можна легко відтворити. І тому, корпоративну культуру не можна легко визначити та скопіювати. Підприємства повинні бути здатними створити міцну та позитивну корпоративну культуру, мати можливість з великим успіхом відрізнити себе від конкурентів. Тому розвиток корпоративної культури підприємства стає дедалі важливішим [5].

Немає універсального визначення корпоративної культури, але є багато аспектів, які складають корпо-

ративну культуру, яка допомагає зрозуміти її краще. Такі елементи, які складають корпоративну культуру, включають історію компанії, засновника компанії та набір спільних вірувань, принципів, норм і цінностей, за якими працює компанія. По суті, корпоративна культура – це особистість компанії. Корпоративна культура також специфічна для організації. Незважаючи на те, що корпоративна культура потребує часу на розробку, вона формує стратегію компанії та направляє її на сучасне, а також на майбутнє. Вона допомагає працівникам вести бізнес щоденно. Корпоративна культура мотивує та створює приємне робоче середовище, що підвищує ефективність та продуктивність працівників та прагнення працювати на компанію. Це аура, яку можна відчутти на всій організації. Корпоративна культура не тільки впливає на саму компанію, але й на споживачів, які отримують послуги або товари від компанії, на постачальників та інвесторів, на економічних партнерів, та інше. Корпоративна культура створює міцний зв'язок, який не можна просто зламати. Корпоративна культура створює внутрішню цінність, яка відображається зовні.

Корпоративна культура в організаціях проектується через те, як менеджери ставляться до працівників. Поведінка працівників, ставлення до них, їх почуття щодо організації впливають на послуги, які вони надають споживачам. Соціалізація виявилась ефективною для побудови позитивної корпоративної культури при найму нових працівників. Важливо, щоб нові працівники від самого початку відчували себе прихильником і частиною організації. Таким чином, вони можуть легко навчитися та адаптуватися до цінностей та культури, з якою організація працює з самого початку. В компанії можуть бути сформовані міцні стосунки та створення основи для формування системи підтримки та лояльності.

З міцною основою у цінностях підприємства та цілями, працівники мають високі рівні продуктивності, легко адаптуються до змін, що вимагають високої лояльності до організації, тому що вони чітко розуміють їхню роль, що веде організацію до успіху. Фірми також повинні усвідомлювати, що не кожна талановита людина може обов'язково вписатися в культуру фірми. Важливо наймати та залучити людей, які бажають досягти цілей фірми. Поки співробітники оцінять фірму та можуть адаптуватися до середовища, довготривалий та виграшний зв'язок буде встановлено [6]. Корпоративна культура використовується як механізм для визначення принципів поведінки людей у фірмі. Культура створює тон для співробітників для роботи в командах, поваги, цілісності у відкритому середовищі спілкування. Все це дає можливість працівникам виконувати свою роботу краще [7].

Складність розробки письмових договорів із великою кількістю обов'язків може обмежити продуктивність праці та мотивацію до роботи працівника. Важко передбачити та ефективно документувати всі ситуації у договорі між фізичною особою та фірмою. Навпаки, неписані правила корпоративної культури можуть бути використані для того, щоб дозволити працівникам краще вирішувати проблеми в непередбачуваних ситуаціях, коли вони стикаються з ними.

Американське дослідження "Економічна ефективність корпоративної культури" [8] визначає чотири виміри культури та визначає економічну вигоду. Чотири вимірювання: видимість, глибина, послідовність та відповідність.

Видимість – це те, як аутсайдери бачать культуру компанії та наскільки точно відповідає їх очікуванням компанія. Працівники можуть точно знати як працювати на таку компанію, і тому компанія з помітною корпоративною культурою має меншу втрату працівників. Глибина культури означає правила та послідовну стратегічну культуру. Йдеться наскільки добре співробітники та менеджери погоджуються на правила корпоративної культури які склалися на підприємстві.

Послідовна культура має дві ефективності, горизонтальні та вертикальні. Горизонтальна ефективність діє тоді, коли працівники можуть працювати разом і заощаджувати на витратах на зв'язок, тому що всі вони знають, як і що потрібно робити. Вертикальна ефективність виникає, коли працівники працюють так як їм указано менеджерами. Це заощаджує витрати на моніторинг та делегування. В таких випадках корпоративна культура відповідає, наскільки добре вона підходить для стратегічних потреб компанії. Тому сильна корпоративна культура знижує витрати на комунікацію та забезпечує плавну координацію між працівниками та організацією [9].

Сьогодні підприємствам необхідно постійно знаходити нові джерела конкурентних переваг. Створення сили в рамках корпоративної культури допоможе створити та підтримати конкурентну перевагу. Забезпечення індивідуальної корпоративної культури, притаманної лише своєму підприємству, робить культуру набагато більш ціннішою та джерелом конкурентних переваг. Завдяки великій кількості досліджень та досліджень, присвячених розумінню наслідків впливу корпоративної культури на підприємство, можна побачити, що існують позитивні кореляції, пов'язані з побудовою та постійним управлінням культурою. Створення міцної корпоративної культури є важливим активом, оскільки він відрізняє організацію від конкурентів. Позитивна корпоративна культура стала важливішою, оскільки дослідження показують переваги підвищення загальної ефективності бізнесу. Культура також безпосередньо пов'язана з репутацією підприємства. Корпоративна культура та репутація підприємства є нематеріальними активами. Культура, репутація та фінансові показники є взаємопов'язаними і є основним джерелом конкурентних переваг для фірми.

Сильна корпоративна культура вважається стійкою конкурентною перевагою лише тоді, коли конкурент не може легко її дублювати [10]. Тому сильна корпоративна культура - це не просто тенденція, яка з часом зникне. Корпоративна культура є атрибутом компанії, яка стане міцнішою та міцнішою, оскільки фірми стануть більш обізнаними з даного питання.

Цінні практичні уроки, які менеджери можуть зробити полягають в тому, щоб використати інформацію як вихідну точку у розробці власних унікальних та індивідуальних корпоративних культур, які впевнено

підвищать внутрішню структуру компанії, а також сприятимуть процесу прийняття стратегічних рішень.

Корпоративна культура унікальна для кожної організації. Незважаючи на відсутність ідеальної формули у розробці та управлінні сильною корпоративною культурою, є деякі особливості, які вигідні для всіх організацій. Вище керівництво та менеджери повинні знати і визнавати необхідність розвитку сильної корпоративної культури. Вони повинні чітко передавати цінності працівникам, які відповідають загальній місії та баченню організації. Такі цінності, в кінцевому рахунку, сприятимуть позитивній і етичній поведінці та підвищенню продуктивності. Заохочення креативності та інновацій також призведе до створення гнучкої та чуйної організації, яка відповідатиме потребам поточних та майбутніх змін і непередбачених потреб ринку.

Лідери також обов'язково повинні бути прикладом для працівників. Позитивна корпоративна культура визначатиме стратегію, структури та процеси з позитивними результатами для організації. Все це – створення цінностей, які залучають талант і покращують загальну ділову ефективність є відображенням відмінного управління для будь-якої організації. Сильна і позитивна корпоративна культура є відображенням відмінного управління.

ВИСНОВКИ

Розвинена та сильна корпоративна культура має позитивний вплив на стратегію підприємства. Корпоративна культура показала, що якщо вона є на підприємстві то збільшується продуктивність, підвищується лояльність, заохочуються інновації, а також збільшуються показники утримання працівників. Сильні корпоративні культури краще залучають найкращих талантів, тому що люди хочуть бути частиною організації, яка цінує їх внесок. Навіть у важкі економічні часи компанії завжди шукають великих талантів. Всі ці переваги дозволяють тримати лідерство на ринку з підвищеною рентабельністю та конкурентією.

Зі швидко змінним конкурентним середовищем, економічною невизначеністю, прогресом технологій та глобалізацією, корпоративна культура є тим критичним елементом для організації, яка відрізняє її від конкурентів. В сучасні часи дуже мало компаній створюють міцну та сильну корпоративну культуру. Тому вище керівництво може суттєво покращити позицію організації у порівнянні з конкурентами, якщо воно повідомлятиме про свою прихильність до побудови та управління сильною корпоративною культурою і продемонструє подібні думки всім працівникам. Це може бути основою для формування цінностей та припущень, унікальних для своєї організації, яку поділяють всі її працівники. Корпоративна культура потребує часу для розвитку.

Оскільки спілкування є дуже важливим у розробці та управлінні корпоративною культурою, пропозицією для майбутніх досліджень буде аналіз, як багатонаціональні компанії управляють унікальною та послідовною культурою в різних країнах.

Список використаних джерел

1. Тарасова О.В. Корпоративна культура як інструмент ефективного менеджменту підприємства / О.В. Тарасова // Економіка харчової промисловості. – № 3 (19) / 2013. – с. 28–32.
2. Ілляшенко С.М., Овчаренко М.І. Умови та особливості становлення корпоративної культури вітчизняних підприємств /С.М. Ілляшенко, М.І. Овчаренко // Економіка та управління підприємствами. Проблеми економіки – № 3, 2012. – с. 115–118.
3. Артеменко М.Г. Корпоративна культура: мотиви управлінської діяльності. – Вісник ХНУ імені В.Н. Каразіна. – № 917. – 2010. – С. 91–99.
4. Смоленюк П.С. Корпоративна культура як основа розвитку організації. – Наука й економіка. – 2010. – № 1. – С. 123–128.
5. Чернишова Т.О., Немченко Т.А. Деякі аспекти корпоративної культури організації. – Наукові праці КНТУ. Економічні науки. – 2010. – вип. 17.
6. Управління персоналом: корпоративна культура і управління. [Електронний ресурс]. – Mode of access: <http://www.rusnauka.com/CCN/Economics/10/>
7. Діагностика стану підприємства: теорія і практика: Монографія / За заг. ред. проф. А.Е. Воронкової. – Х., 2006 / Зб. матер. наук.-практ. конф. «Економічна освіта та наука: досвід та перспективи розвитку». – Х. – 2007.
8. Бала О.І., Мукан О.В., Бала Р.Д. Принципи корпоративної культури підприємств: сутність та види. – 2010. – № 682. – С. 11–15.

ОВСАК

Оксана Павлівна
ovsak@i.ua

УДК 65.012.4:65.016

РЕСТРУКТУРИЗАЦІЯ ЯК ІНСТРУМЕНТ
АНТИКРИЗОВОГО УПРАВЛІННЯ
ПІДПРИЄМСТВОМ

ПЕТРИЧЕНКО

Олексій Васильович
petrichenko@mail.ruRESTRUCTURING AS A TOOL OF
ANTICRISIS MANAGEMENT OF THE
ENTERPRISEк.е.н., доцент, Національний
авіаційний університетменеджер, ТОВ
"Procter&Gamble"

У статті розкрито сутність реструктуризації як інструмента антикризового управління підприємством. Представлене організаційно-економічне забезпечення проведення реструктуризації багатопрофільного підприємства. Запропоновано використання показника корпоративності у якості одного з критеріїв доцільності перегрупування бізнес-одиниць.

В статті раскрыта сущность реструктуризации как инструмента антикризисного управления предприятием. Представлено организационно-экономическое обеспечение проведения реструктуризации многопрофильного предприятия. Предложено применение показателя корпоративности в качестве одного из критериев оценки целесообразности перегруппировки бизнес-единиц.

The article describes the essence of restructuring as an instrument of crisis management of the enterprise. The organizational and economic support provided for the restructuring of a diversified enterprise is presented. The use of the indicator of corporativeness as one of the criteria of the expediency of re-grouping of business units is proposed.

Ключові слова: антикризове управління, реструктуризація підприємства, бізнес-одиниця, організаційний механізм реструктуризації підприємства

Ключевые слова: антикризисное управление, реструктуризация предприятия, бизнес-единица, организационный механизм реструктуризации предприятия

Keywords: crisis management, enterprise restructuring, business unit, organizational mechanism for enterprise restructuring

ВСТУП

Напрацьована теоретико-методологічна база антикризового управління сьогодні є достатньою основою для проведення подальших досліджень його застосування на підприємствах різних організаційно-правових форм, видів економічної діяльності, різновидів організаційних структур та ринків. Відповідно до головних принципів антикризового управління, визначальним у реалізації цього виду управління є застосування адекватних, своєчасних та оптимальних інструментів менеджменту. З метою обґрунтування застосування такого інструменту антикризового управління як реструктуризація, нами були досліджені організаційно-економічні складові її здійснення на вітчизняних багатопрофільних підприємствах.

МЕТА РОБОТИ полягає у розробці організаційно-економічного забезпечення реструктуризації як інструмента антикризового управління вітчизняних багатопрофільних підприємств.

МЕТОДИ ДОСЛІДЖЕННЯ

Методологічною та інформаційною основою роботи є наукові праці, матеріали періодичних видань, ресурси «Internet» та нормативно-правові акти.

При проведенні дослідження використано методи аналізу та синтезу, структурно-логічного аналізу, систематизації складових та інструментів антикризового управління підприємством.

РЕЗУЛЬТАТИ

Аналіз джерел з антикризового управління показав, що більшість вітчизняних науковців та економістів під антикризовим управлінням розуміють лише управління в умовах кризи та виходу з неї, часто ігноруючи превентивну складову антикризового управління [2,5]. Остання ж дозволяє розглядати антикризове управління як управління, яке спрямоване на попередження розгортання кризи в фінансово-господарській діяльності підприємства, а у випадку виникнення кризи здатне пом'якшити її наслідки та вивести підприємство з кризового стану з мінімальними втратами.

Тому наряду з такими радикальними інструментами як реорганізація та санація підприємства, антикризове управління використовує реструктуризацію, яка може здійснюватись у різних напрямках та масштабах, наприклад як реструктуризація бізнесу, реструктуризація активів, реструктуризація богів тощо.

Проведення адаптації підприємства до нових умов господарювання, зміна пріоритетів розвитку підприємства, спрямованість на нові напрямки діяльності – сьогодні можна вважати достатніми аргументами для використання такого інструмента антикризового управління підприємства, як реструктуризація.

Аналіз літературних джерел з теорії реструктуризації підприємства показав, що реструктуризація

підприємства є складною проблемою, методологія розв'язання якої передбачає використання як стандартних методів ситуаційного, організаційно-управлінського, виробничо-господарського, фінансово-економічного, кадрового аналізу, організаційного проектування, так і порівняно нових інструментів, наприклад методів проектного управління, функціонально-вартісного аналізу, управління якістю, реінжинірингу бізнес-процесів тощо. Підхід до підприємства як до складної системи визначає комплексність і системність методів, що використовуються при його реструктуризації [1, 3, 4].

Реструктуризацію підприємства слід розглядати як цілеспрямований комплекс змін в організаційно-функціональній структурі підприємства, які спрямовані на підвищення ефективності його діяльності. Реструктуризація підприємства передбачає: оптимізацію бізнес-процесів, перегрупування бізнес-одиниць, виявлення «точок зростання», тобто найефективніших та швидкоокупних напрямів розвитку підприємства з можливою подальшою реорганізацією та диверсифікацією бізнесу. З огляду на різне фінан-

сово-економічне становище, специфіку діяльності, стратегічні цілі та завдання всі проекти з реструктуризації є унікальними і створюються для відповідного підприємства.

З практичного погляду проблема реструктуризації підприємства розв'язується на основі використання багатьох моделей, теорій і дисциплін у рамках структурованого процесу, два перших етапи якого передбачають проведення повної діагностики підприємства та розробку концепції його реструктуризації. Здобуті дані є основою для прийняття рішень на третьому етапі, який передбачає розробку програми реструктуризації. Наступний етап безпосередньо пов'язаний з реалізацією програми. Такі чотири етапи виокремлюються багатьма дослідниками [4, 7]. На рис. 1 представлена вдосконалена модель організаційного механізму реструктуризації підприємства, який розуміється нами як сукупність елементів, важелів, інструментів та методів організаційно-економічного характеру, послідовно взаємопов'язаних дій, що забезпечують проведення реструктуризації підприємства.

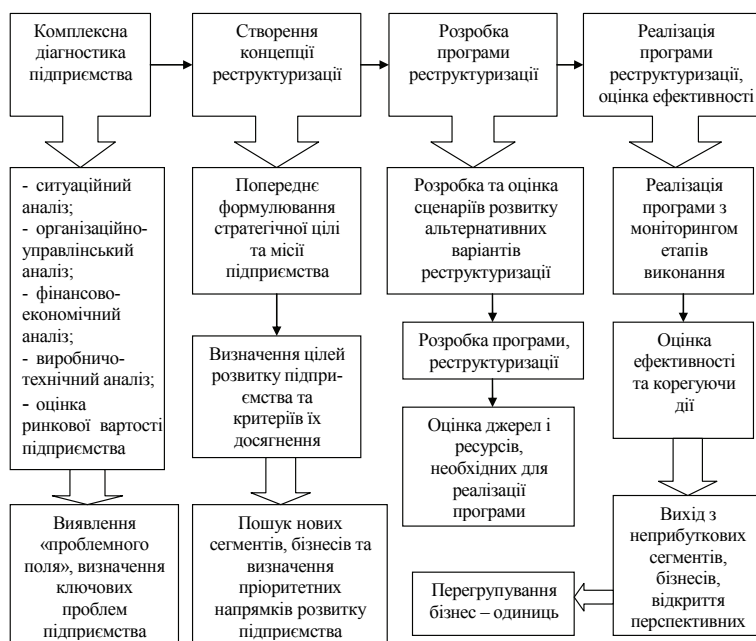


Рис. 1. Модель організаційного механізму реструктуризації підприємства

Представлена модель організаційного механізму реструктуризації підприємства ілюструє, що реструктуризацію підприємства слід розглядати як цілеспрямований комплекс змін в організаційно-функціональній структурі підприємства, які направлені головним чином на підвищення ефективності його діяльності. Так, реалізація першого етапу – «проведення комплексної діагностики діяльності підприємства» дає можливість виявити «проблемне поле» та визначити ключові проблеми підприємства.

Розробка концепції реструктуризації (другий етап) – складний процес, в результаті проведення якого визначаються нові сегменти діяльності підприємства, нові бізнеси, пріоритетні напрямки розвитку підприємства.

В рамках третього етапу здійснюється детальна розробка програми реструктуризації, для найперспек-

тивніших підрозділів розробляються бізнес-плани. Програма реструктуризації – це трансформація вибраного з декількох альтернатив варіанта досягнення встановлених цілей у комплексний план конкретних дій з визначенням термінів, ресурсів, відповідальних за їх реалізацію. Інколи цей етап розділяють на дві складові – розробка програми та плану реструктуризації. При цьому як програма виступає лише перелік запропонованих заходів у рамках відповідних підрозділів або служб із зазначенням кінцевого результату, а план являє собою конкретизацію програми в розрізі деталізованих дій, термінів, відповідальних та виконавців, потрібних ресурсів та джерел фінансування.

Етап реалізації програми складається як з безпосередніх дій щодо організації впровадження, контролю запланованих заходів, а також оцінки ефективності реалізації програми реструктуризації. Результа-

том реструктуризації може бути вихід підприємства з неприбуткових сегментів, бізнесів, відкриття та опанування нових та перспективних, здійснення перегрупування бізнес-одиниць, що забезпечить підприємству більш стійке, впевнене положення на ринку. Для оцінки ефективності реструктуризації підприємства, що функціонує в умовах розвинутої ринкової економіки фахівці [1, 3], рекомендують використання вартісних показників, таких як ринкова вартість підприємства, ринкова вартість акції тощо.

Портфельні моделі реструктуризації [4,5], метою яких є підвищення рівня конкурентоспроможності підприємства та стратегічних одиниць бізнесу, зумовлюють використання таких показників як: розмір ринкової частки за сегментами, темп зростання ринкової частки за сегментами, прихильність покупців, рентабельність, тощо.

Але ж використанню вартісних оціночних показників в Україні не сприяє стан розвитку фондового ринку. Тому оцінку результатів реструктуризації доцільно проводити виходячи з набутого ефекту, тобто за прибутковістю, наявністю додатних грошових потоків від основної діяльності, зростанню продуктивності використання всіх видів ресурсів, зростання обсягів експорту. При необхідності все ж отримання вартісних показників для підприємства вражаємо доцільним скористатися відомим методом розрахунку ринкових коефіцієнтів [6].

Для оцінки доцільності перегрупування бізнес-одиниць підприємства можна скористатись показником корпоративності підрозділів (бізнес-одиниць) підприємства, розрахунок якого здійснюють до та після проведення реструктуризації. Формула для розрахунку коефіцієнту корпоративності має вигляд:

$$Kki = ЧОПi/ЧВi, \quad (1)$$

де Kki – коефіцієнт корпоративності i -го стратегічного підрозділу підприємства;

$ЧОПi$ – частка операційного прибутку за результатами діяльності i -го стратегічного підрозділу у загальній величині цього показника;

$ЧВi$ – частка величини витрат діяльності i -го стратегічного підрозділу у загальних витратах підприємства.

Відповідно частка операційного прибутку за результатами діяльності i -го стратегічного підрозділу у загальній величині цього показника визначається по формулі:

$$ЧОПi = ОПi/ОПn, \quad (2)$$

де $ОПi$ – операційний прибуток за результатами діяльності стратегічного i -го підрозділу підприємства.

$ОПn$ – операційний прибуток підприємства.

Базою для розрахунку $ОПi$ та $ОПn$ може бути і чистий прибуток, отриманий завдяки діяльності i -го підрозділу та відповідно чистий прибуток всього підприємства.

Частка величини витрат діяльності i -го стратегічного підрозділу у загальних витратах підприємства ($ЧВi$) або частка балансової вартості активів, що використовується відповідним підрозділом визначається за формулою:

$$ЧВi = Vi/ Vn, \quad (3)$$

де Vi – витрати діяльності i -го стратегічного підрозділу підприємства

Vn – величина загальних витрат підприємства

Базою для розрахунку Vi та Vn може бути і балансова вартість активів, що використовується цим підрозділом та відповідно балансова вартість активів усього підприємства [6].

Запропоноване організаційно-економічне забезпечення реструктуризації підприємства уможливило проведення реструктуризації багатопрофільного підприємства, зі складною структурою організації бізнесу. Використання показників корпоративності до та після проведення реструктуризаційних заходів дозволяє оцінити їх ефективність.

ВИСНОВКИ

Реструктуризація як інструмент антикризового управління підприємством, передбачає: оптимізацію бізнес-процесів, перегрупування бізнес-одиниць, виявлення «точок зростання», тобто найефективніших та швидкоокупних напрямів розвитку підприємства з можливою подальшою реорганізацією та диверсифікацією бізнесу. З огляду на різне фінансово-економічне становище, специфіку діяльності, структуру організації бізнесу, стратегічні цілі та завдання всі програми реструктуризації є унікальними і створюються для відповідного підприємства. Представлене організаційно-економічне забезпечення реструктуризації підприємства уможливило проведення реструктуризації багатопрофільного підприємства, зі складною структурою організації бізнесу.

Список використаних джерел

1. Гарафонов О.І. Організаційні аспекти процесів реструктуризації // Економіка та підприємництво: 36. наук. праць молодих учених та аспірантів. Вип. 21 / Відп. ред. С.І. Дем'яненко. – К.: КНЕУ, 2013. – 292 с. – С.58-65.
2. Градов А.П. Стратегия и тактика антикризисного управления фирмой / Под общ. ред. Б.И. Кузина. – СПб.: Специальная литература, 2003.- 398 с.
3. Мороз О.В.Фінансова діагностика у системі антикризового управління на підприємствах: [монографія] / О.В. Мороз, О.А. Сметанюк, – Вінниця: УНІВЕРСУМ-Вінниця, 2006. – 167 с.
4. Бабій І.В. Методи і моделі реструктуризації та стабілізації діяльності підприємств // Актуальні проблеми економіки. – 2010. – №6 (108). – С. 84-89.
5. Скібіцький О.М. Антикризовий менеджмент: [навч. посібн.] / О.М. Скібіцький. – Київ: Центр учбової літератури, 2009. – 568 с.
6. Овсак О.П. Ефективність реструктуризації підприємства та обґрунтування методичних засад її оцінки / О.П. Овсак, Л.В.Бараніченко. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ecobio.nau.edu.ua/index.php/PPEI/article/viewFile/424/412>
7. Отенко И.П. Организационно-экономический механизм реструктуризации предприятия / И.П. Отенко, Н.А. Москаленко. – Харьков: Изд. ХНЭУ, 2005. – 216 с.
8. Овсак О.П. Теоретико-методичні аспекти діагностики кризи збуту підприємства/ О.П. Овсак, О.В. Іващенко – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://jrn1.nau.edu.ua/index.php/PPEI/article/view/283>.

ПОНОМАРЕНКО

Оксана Григорівна
Oxa2005@ukr.net

УДК 657.24

ОБЛІК РОЗРАХУНКІВ З ПІДЗВІТНИМИ ОСОБАМИ: ТРУДНОЩІ
ОЧЕВИДНОГОACCOUNT OF CALCULATIONS WITH ACCOUNTABLE PERSONS:
DIFFICULTIES OBVIOUS

к.е.н., доцент,
заступник завідувача
кафедри, Полтавська
державна аграрна
академія

У статті здійснено критичний аналіз чинної нормативної бази та провідних наукових позицій щодо визначення статусу підзвітних осіб, підзвітних сум, удосконалення процедурних аспектів організації та документування взаємовідносин підприємства з цією групою дебіторів і раціонального їх відображення у синтетичному обліку, звітності, адекватного визначення податкових наслідків господарських операцій.

В статье осуществлен критический анализ действующей нормативной базы и ведущих научных позиций относительно определения статуса подотчетных лиц, подотчетных сум, усовершенствования процедурных аспектов организации и документирования взаимоотношений предприятия с этой группой дебиторов и рационального их отражения в синтетическом учете, отчетности, адекватного определения налоговых последствий хозяйственных операций.

In the article the walkthrough of operating normative base and leading scientific positions is carried out in relation to determination of status of accountable persons, accountable sums, improvement of procedural aspects of organization and documenting of mutual relations of enterprise with this group of debtors and their rational reflection in a synthetic account, accounting, ad equated e termination of tax consequences of economic operations.

Ключові слова: підзвітні особи, аванси, звіт про використання коштів у відрядженні, добові, строки звітування

Ключевые слова: подотчетные лица, авансы, отчет об использовании средств в командировке, суточные, сроки отчета

Keywords: accountable persons, advances, report on the use of money in a business trip, payments for twenty-four hours, accounting terms

ВСТУП

Перманентне реформування бухгалтерського обліку в Україні спрямоване на вдосконалення методологічного та законодавчо-нормативного забезпечення відображення фактів господарського життя, зокрема й розрахункових відносин з виникненням дебіторської заборгованості. Видані аванси для виконання службових завдань підзвітними особами входять до складу сум дебіторської заборгованості, наявність якої зумовлює вилучення з кругообігу засобів оборотних коштів та є негативною тенденцією.

Міра відчутності позитивного впливу облікових реформ залишається суперечливою, на противагу, кількість питань щодо практичного застосування неузгоджених між собою організаційно-правових норм обліку розрахунків з підзвітними особами зростає.

Основною причиною такого становища є недостатня теоретична розробка питань оцінки окремих видів дебіторської заборгованості і недосконалі методика відображення інформації саме про розрахунки з підзвітними особами в системі рахунків бухгалтерського обліку, суперечності між нормами фінансового та податкового обліку. У зв'язку з цим вибір

теми дослідження та його цільова спрямованість є достатньо актуальними.

Критичний аналіз наукового доробку дисертантів за матеріалами Національної бібліотеки ім. Вернадського виявив відсутність відокремлених досліджень з означеної проблематики, що можливо, пов'язано з високим ступенем регламентації цих питань у чинній нормативній базі та з не численними варіаціями облікового відображення таких операцій. Предметна область даного дослідження актуалізується науковцями при розгляді методології обліку дебіторської заборгованості та організації й методики відображення відповідних розрахункових операцій.

Проблеми обліку розрахункових операцій досліджуються широким колом науковців та практиків, серед яких: М.Д. Білик, М.Я. Дем'яненко, Г.Г. Кірейцев, М.Ф. Огійчук, В.Я. Плаксієнко, В.В. Сопко та інші. Проте майже всі вони розглядають проблеми розрахункового характеру загалом або акцентують увагу лише на розрахунках з дебіторами. Водночас, категорія «підзвітні особи» теж заслуговує глибокого дослідження зважаючи на ряд суперечностей в обліковому відображенні на перший погляд однозначних операцій, оскільки особливості їх статусу

дозволяють суб'єктам господарювання успішно делегувати виконання віддалених від підприємства завдань, пов'язаних з його основною діяльністю.

МЕТА РОБОТИ

Метою статті є критичний аналіз чинної нормативної бази та усвідомлення провідних наукових позицій щодо визначення статусу підзвітних осіб, підзвітних сум, удосконалення процедурних аспектів організації та документування взаємовідносин підприємства з цією групою дебіторів і раціонального їх відображення у синтетичному обліку, що сформує адекватне інформаційне забезпечення не лише фінансової звітності а й водночас, обліку у системі оподаткування.

МЕТОДИ ДОСЛІДЖЕННЯ

Основною дослідження є фундаментальні положення економічної теорії, праці вітчизняних і зарубіжних вчених з проблем фінансового та податкового обліку розрахунків щодо дебіторської заборгованості за нетоварними операціями.

Для реалізації поставлених завдань дослідження використовувались такі методи: діалектичний метод пізнання та теоретичного узагальнення – для комплексного дослідження питань бухгалтерського обліку дебіторської заборгованості; аналізу і синтезу – для узагальнення інформації щодо стану регулювання розрахунків з підзвітними особами; абстрактно-логічний – для теоретичного узагальнення сутності та змісту нетоварної дебіторської заборгованості і формулювання висновків; графічний і табличний – для наочного відображення результатів дослідження; комплексно-системний підхід – для вивчення положень національного законодавства та нормативів щодо бухгалтерського обліку розрахунків з підзвітними особами.

РЕЗУЛЬТАТИ

Для удосконалення облікового забезпечення розрахунків з підзвітними особами доцільно попередньо провести термінологічний аналіз. Така потреба зумовлена тим, що науковці і практики відзначають чисельні економічні й облікові різночитання, що спричинено регуляторним впливом цілої низки нормативних актів різних емітентів, що інколи обстоюють протилежні позиції щодо однієї ж і тієї проблематики.

Перший акцент щодо термінології у основному нормативному документі – Інструкції про службові відрядження у межах України і за кордон [12] здійснено на самому визначенні «відрядження» – поїздка працівника за розпорядженням керівника органу державної влади (поїздка державного службовця – за розпорядженням керівника державної служби), підприємства, установи та організації, що повністю або частково утримується (фінансується) за рахунок бюджетних коштів (далі – підприємство), на певний строк до іншого населеного пункту для виконання службового доручення поза місцем його постійної роботи (за наявності документів, що підтверджують зв'язок службового відрядження з основною діяльністю підприємства). Відрядженням також вважається

ся поїздка до станції, пристані, аеропорту – місця відправлення основного транспорту [12].

Сьогодні наявність складних господарських утворень з головної компанії та значно територіально відокремлених підрозділів різного рівня підпорядкування, застосування вахтових режимів праці, специфіка трудових завдань кореспондентів, маркетологів, торгових агентів, регіональних й територіальних представників вимагає від бухгалтера чітко орієнтуватися у особливостях визнання «роз'їзного характеру робіт». У обліковій практиці необхідно чітко розмежувати поняття «відрядження» та «роз'їзний характер робіт», що є резервом економії витрат на добових у бік здійснення доплат до заробітної плати окремим професійним категоріям працівників.

Нормативно визначено, якщо філії, дільниці та інші підрозділи підприємства знаходяться в іншій місцевості, місцем постійної роботи вважається той підрозділ, робота в якому обумовлена трудовим договором (контрактом). Службові поїздки працівників, постійна робота яких проходить в дорозі або має роз'їзний (пересувний) характер, не вважаються відрядженнями [9]. Лист Міністерства праці та соціальної політики України № 905 констатує [6], що оскільки законодавчого визначення поняття «роз'їзний (пересувний) характер робіт» в Україні немає, то в цій частині необхідно керуватися постановою Держкомпраці і Секретаріату ВЦРПС від 01.06.1989 р. № 169/10-87 «Про затвердження Положення про виплату надбавок, пов'язаних з пересувним і роз'їзним характером робіт у будівництві», яка є чинною в Україні відповідно до Постанови Верховної Ради України від 12 вересня 1991 р. № 1545-XII «Про порядок тимчасової дії на території України окремих актів законодавства Союзу РСР» [9].

Роз'їзний характер робіт передбачає виконання робіт на об'єктах, розташованих на значній відстані від місця розташування організації, у зв'язку з поїздками у неробочий час від місця знаходження організації (збірного пункту) до місця роботи на об'єкті й назад [1].

Організаційні та облікові аспекти віднесення поїздки до відрядження чи визнання роз'їзного характеру робіт можна узагальнити схематично (рис. 1).

Отже, згідно з Постановою № 490, за роз'їзний (пересувний) характер роботи працівникам встановлюються надбавки (польове забезпечення) до їх тарифних ставок і посадових окладів. Такі надбавки підприємства встановлюють самостійно у розмірах, обумовлених у колективному договорі, але граничний розмір надбавки за день не повинен бути більшим за законодавчо встановлений розмір добових витрат при відрядженні у межах України [11].

Тому слід внести і у внутрішні регламенти обліку суттєві змістовні доповнення для установаження однозначності трактування визнання та облікових наслідків «роз'їзного характеру робіт»:

- у колективному договорі чітко обумовити перелік професій на підприємстві, робота у межах яких відрізнятиметься роз'їзним характером;

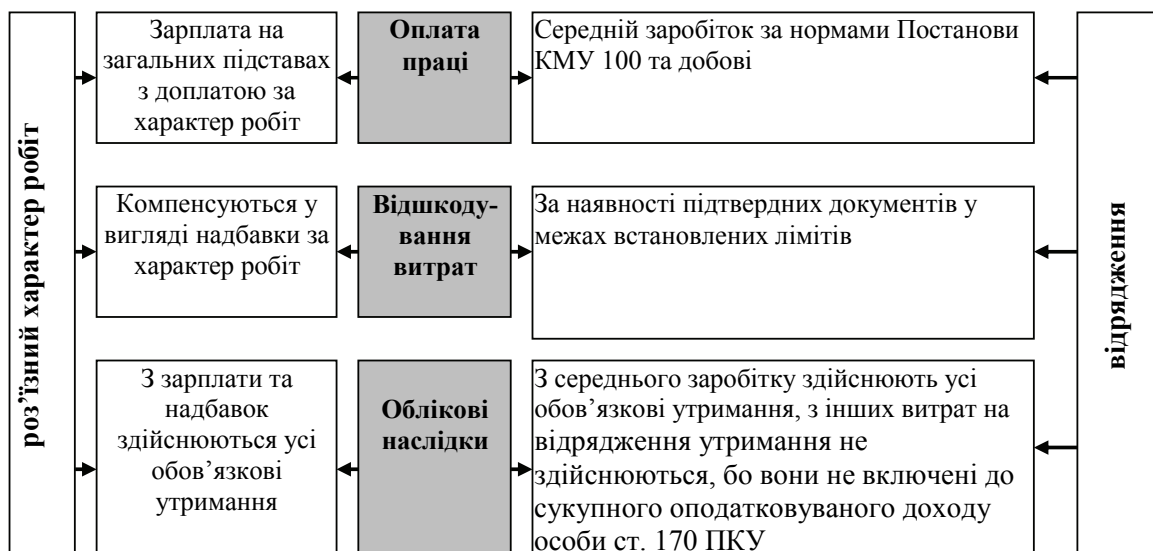


Рис. 1. Аспекти розмежування відрядження і «роз'їзного характеру робіт»

- у тому ж колективному договорі та Положенні про оплату праці визначити розмір доплат за роз'їзний характер робіт та акцентувати на їх подальшому оподаткуванні (у складі сукупного оподаткованого доходу працюючого);

- затвердити як внутрішній регламент режим і часові позначки роботи працівників з роз'їзним характером;

- деталізувати основи режиму роз'їзного характеру робіт у посадових інструкціях працівників із наступним ознайомленням під підпис.

Нормативна база теж спонукає до деталізації: так, у Листі № 31 Мінфін зазначає: «Якщо в трудовому або колективному договорі немає переліку професій або робіт, для яких на цьому підприємстві встановлено роз'їзний характер робіт, то їх поїздки будуть відрядженням» [13].

Наступна наукова термінологічна дискусія триває навколо назви основного документа – Звіту про використання коштів у відрядженні та наданих у підзвіт.

Назва документа (форми) є одним із обов'язкових реквізитів, які надають йому юридичної сили та доказовості. Н. Гресь здійснила ґрунтовний аналіз чинних нормативно-правових документів, спеціальної, навчальної літератури, довідкових видань на предмет визначення різними авторами понять «аванс», «грошовий аванс», «підзвітні кошти», «підзвітні особи» [3, 4].

Як підсумок: підзвітна особа – це працівник підприємства, який отримав від працедавця авансом кошти на виконання окремої цивільно-правової дії за дорученням та за рахунок особи, що надала кошти [4]. Під авансом доцільно розуміти розрахункову суму коштів, видану підзвітній особі на передбачені витрати (оперативні, адміністративно-господарські, витрати на відрядження).

До того ж усі автори навчальної літератури, праці яких досліджено Н. Гресь при тлумаченні терміну «підзвітна особа» використовують поняття «аванс готівкою»; «гроші авансом», «підзвітна сума»; «аванс під звіт», «гроші під звіт» [3, 4]. Чітке визначення терміну «грошовий аванс» є і у чинному вітчизняно-

му законодавстві, на противагу відсутності визначення понять «кошти, надані на відрядження» та «кошти, надані під звіт».

«Кошти, надані на відрядження» є не чим іншим, як коштами, виданими підзвіт працівнику підприємства (підзвітній особі). Отже, «кошти, надані під звіт» включають у тому числі й «кошти, надані на відрядження» та являють собою не що інше, як аванс, виданий працівнику для виконання окремої цивільно-правової дії за дорученням працедавця. Тобто наукова обґрунтованість перейменування фіскальними органами «авансового звіту» є сумнівною, крім того застосовувана назва є і більш зручною з точки зору легкості запам'ятовування й оперування термінологією самими підзвітними особами.

Стосовно дисципліни розрахунків з підзвітними особами, прийняття Податкового кодексу України лібералізувало строки звітування за підзвітними сумами на відрядження, продовживши їх з трьох до п'яти банківських днів [8]. Однак, не врегульованим у обліковій практиці залишається питання щодо строків звітування за понесеними витратами, оплаченими за рахунок власних коштів працівника при виконанні ним службового доручення. На практиці досить часто такі працівники не поспішають звітувати, мотивуючи це тим, що немає підзвітної суми – немає і строків звітування [1, 14].

Такий підхід крім профільного ускладнює роботу ще і бухгалтера з податкових розрахунків і бухгалтера з розрахунків з оплати праці, оскільки після подання Звіту доведеться виконати ґрунтовну роботу з перерахунку складових сукупного оподаткованого доходу працюючого та сум утримань.

Тому доцільно закріпити у внутрішніх регламентах організації обліку граничний строк подання Звіту працівником, який виконав доручення керівника без отримання грошового авансу, – до закінчення третього банківського дня, що настає за днем, в якому працівник завершив відрядження або завершив виконання окремої цивільно-правової дії.

При порушенні працівником цього строку відшкодування витрачених ним на виконання службового

доручення коштів не проводити [1]. Такий же строк доцільно встановити для підприємства як період відшкодування працівнику «власних» коштів, витрачених для службових потреб.

Для зміцнення дисципліни взаєморозрахунків та з метою запобігання порушенням підзвітних осіб щодо невчасного подання Звіту та неповернення надміру витрачених коштів, за результатами узагальнення пропозицій науковців пропонується Відомість оперативного обліку за розрахунками з підзвітними особами, у якій слід вказувати дату видачі готівки під звіт (на підставі видаткового касового ордера), цільове призначення підзвітних коштів (згідно наказу керівника підприємства) та фактичну дату складання Звіту та повернення надлишку невикористаної готівки з підзвіту.

При здійсненні аналізу положень фахової літератури стосовно документування, то вітчизняні науковці крім такої відомості пропонують ще запровадження форми Звіту про виконану роботу [1, 2, 5, 14].

Інша група науковців, пропонує до форм необов'язкових, але корисних документів додати завдання на відрядження та кошторис витрат, що дозволить підзвітним особам зорієнтуватися у рамках розмірів витрат та строках звітування більш чітко. Це зміцнить розрахункову дисципліну даної облікової ділянки.

ВИСНОВКИ

Отже, насамперед робота з актуальною нормативною базою розрахунків з підзвітними особами дозволить впорядкувати облікові підходи до відображення таких розрахунків для уникнення можливих санкцій.

Слід уникати ототожнення розрахунків з підзвітними особами з обліком сум у ході та за підсумками відрядження, бо коло обслуговуваних підзвітними коштами операцій є значно ширшим, що зумовлює особливі вимоги щодо процедури видачі коштів та звітування за ними (кошти на господарські потреби, кошти для закупівлі сільськогосподарської сировини, аванси з використанням електронних грошей, корпоративних карток, за участю інтернет-магазинів тощо).

Внутрішні регламенти організації обліку на підприємстві для досягнення однозначності трактування змістовних аспектів розрахункових взаємовідносин з підзвітними особами потребують коригування, як це описано у статті. Серед них: колективний договір, положення про оплату праці, штатний розпис, посадові інструкції (для працівників з роз'їзним характером робіт).

Слід переглянути назви основних документів, що посвідчують взаємовідносини з приводу використання підзвітних сум на предмет їх наукового обґрунтування та релевантності у практиці. Оскільки назва – один з обов'язкових елементів у документі, без яких він не може бути підставою для обліку й не має юридичної сили.

Документарний масив оформлення розрахунків з підзвітними особами доцільно доповнити наступними документами: Завдання на відрядження, кошторис витрат на відрядження, Звіт про виконану роботу. Це дозволить зробити процес взаєморозрахунків за підзвітними сумами більш формалізованим і виступить засобом посилення виконавської дисципліни

підзвітних осіб. Для контролю цільового використання підзвітних коштів та строків звітування за ними у облікову практику підприємств корисно буде ввести форму Відомості оперативного контролю розрахунків з підзвітними особами.

Список використаних джерел

1. Відрядження без кордонів. Спецвипуск // Все про бухгалтерський облік. – 2017. – № 90 (29 вересня). – 63 с.
2. Гресь Н. Звіт підзвітної особи: аналіз нововведень / Н. Гресь // Бухгалтерський облік і аудит. – 2011. – № 5. – С. 32-37.
3. Гресь Н. Правові колізії повернення підзвітною особою залишку виданого на відрядження авансу в іноземній валюті / Н. Гресь, К. Недоступ // Юридична Україна. – 2014. – № 4. – С. 57-64.
4. Гресь Н. Щодо змісту звіту підзвітної особи / Н. Гресь // Бухгалтерський облік і аудит. – 2011. – № 2. – С. 25-28.
5. Кадацька А.М. Проблеми обліку розрахунків з підзвітними особами та працівниками що до витрат на відрядження / А.М. Кадацька, О.С. Пташнік // Вісник ШНАУ Серія «Фінанси і кредит». – 2011. – № 1 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://archive.nbuv.gov.ua/portal/chem_biol/Vsnau/2011_1/21Kadatska.pdf.
6. Лист Міністерства праці та соціальної політики України № 905/13/84-06 від 19.09.2006 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.uazakon.com/documents/date_b8/pg_gwnxwj.htm.
7. Лісна І.І. Удосконалення аналітичного обліку витрат на відрядження у вищому навчальному закладі / І.І. Лісна // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://archive.nbuv.gov.ua/portal/SocGum%20/VlcaEkon/201135/51.pdf>
8. Податковий кодекс України № 2755-VI від 02 груд. 2010 р. (зі змінами і доповненнями) [Електронний ресурс] / Верховна Рада України. – Режим доступу : <http://www.rada.gov.ua>.
9. Про затвердження Положення про виплату надбавок, пов'язаних з пересувним і роз'їзним характером робіт у будівництві. Постанова Держкомпраці і Секретаріату ВЦРПС № 169/10 від 01.06.1989 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://balance.ua/files/products/.../balans-agro.../pdf>.
10. Про затвердження форми Звіту про використання коштів, наданих на відрядження або під звіт, та порядку складання вказаного Звіту: Наказ ДПА України від 19.09.2003 р. № 440 [Електронні текстові дані]. – Комп'ютерний довідник «Ліга бізнесінформ». – Ліга: закон версія 7.7.1.
11. Про надбавки (польове забезпечення) до тарифних ставок і посадових окладів працівників, направлених для виконання монтажних, налагоджувальних, ремонтних і будівельних робіт, та працівників, робота яких виконується вахтовим методом, постійно проводиться в дорозі або має роз'їзний (пересувний) характер. Постанова Кабінету Міністрів України № 490 від 31.03.1999 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua>.
12. Про службові відрядження в межах України

та за кордон: інструкція, затверджена наказом Міністерства фінансів України від 13.03.1998 р. № 59 (у редакції наказу МФУ від 17.03.2011р. №362) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/z0218-98>.

13. Про службові відрядження. Лист Міністерства фінансів України № 31-03173-03-29/8103 від

29.04.2005 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua>.

14. Сук Л. Організація обліку розрахунків з підзвітними особами [Текст] / Л. Сук, П. Сук // Бухгалтерія в сільському господарстві. – 2009. – № 11. – С. 33-40.

ЗАХАРЧЕНКО

Віталій Іванович
nvzakharchenko777@gmail.com

УДК 332.145

РОЗРОБКА КОМПЛЕКСУ
МАРКЕТИНГУ У ПРОМИСЛОВІСТІ
РЕГІОНУ

МЕТІЛЬ

Тетяна Костянтинівна
tatanametil@gmail.comд.е.н., професор, Одеський
національний політехнічний
університетDEVELOPMENT OF THE MARKETING
COMPLEX IN REGION INDUSTRY
COMPANYвикладач, Ізмаїльський
державний гуманітарний
університет

Маркетинговою метою інтеграційних процесів у промисловій сфері регіону є формування та розвиток ключових компетенцій на основі створення підприємницьких структур, які найбільш повно використовують можливості посилення стратегічних конкурентних переваг. У зв'язку з цим головною особливістю маркетингу в сучасних умовах є його функціональна значимість при організації таких форм бізнесу, які максимально спрямовані на підвищення ефективності ринкової взаємодії бізнес-суб'єктів.

Маркетинговой целью интеграционных процессов в промышленной сфере региона является формирование и развитие ключевых компетенций на основе создания предпринимательских структур, которые наиболее полно используют возможности усиления стратегических конкурентных преимуществ. В связи с этим главной особенностью маркетинга в современных условиях является его функциональная значимость при организации таких форм бизнеса, максимально направленные на повышение эффективности рыночного взаимодействия бизнес-субъектов.

The marketing aim of these integrated processes in industrial sphere of region is to form and develop the key moments, which are based on creating the industrial structures, which totally use the opportunities of improving strategic competitive advantages. In this case the most feature of marketing in modern conditions is his functional organization significance because the most actual companies will gain forms of organizing business in a way in which they are maximum directed on improving the effects of market connection of economic subjects.

Ключові слова: маркетинг, інтеграція, регіон, структура, промисловість

Ключевые слова: маркетинг, интеграция, регион, структура, промышленность

Keywords: marketing, integration, region, structure, industry

ВСТУП

Класична теорія маркетингу в якості своєї основної стратегічної задачі передбачає використання конкурентних переваг або формування даних переваг у майбутньому. І це твердження є апіорі вірним, якщо мова йде про конкурентні ринки, у тому числі регіональні. Однак конкурентні стратегії ефективні для підприємств, збут продукції яких спрямований на її кінцевих споживачів, тобто вони знаходяться в найближчому зовнішньому середовищі при розгляді всього продуктового ланцюжка. Якщо ж підприємство виробляє не кінцевий продукт, а необхідне для наступного виробничого процесу продукції (напівфабрикати, комплектуючі), потрібно аналізувати не тільки найближче оточення, але й весь ланцюжок, включаючи кінцевого споживача.

ПОСТАНОВКА ЗАДАЧІ

З усією очевидністю можна говорити, що цілий ряд видів діяльності національної економіки в даний час організовано за допомогою корпоративних та кооперативних структур. І тенденція полягає в тому, що укрупнення бізнесу не тільки відбувається за рахунок злиття, поглинання або приєднання, але і набуває все більш складний характер, коли окремі компанії, навіть дуже великі, перестають існувати як самостійні структури на ринку конкретного регіону. Замість

кількох розрізнених підприємств з'являється інтегрована бізнес-структура, консолідовані економічні можливості якої значною мірою перевищують можливості будь-якого із учасників, які входять у неї. Звичайно, відправною точкою діяльності інтегрованих структур є сформований склад учасників об'єднання у регіоні та головним чином їх ключові компетенції. У свою чергу, такі підприємства найбільш часто стикаються з неефективністю діяльності у зв'язку з відсутністю цілісної ринково-орієнтованої системи управління існуючими активами. І все ж практичний досвід свідчить, що інтеграція дозволяє промисловим підприємствам на регіональному рівні домагатися швидкого зростання та виходу на якісно новий рівень, кардинально змінюючись в процесі об'єднання.

Аналіз публікацій

У процесі роботи автори опирались на праці наступних вчених: С. Александрова [1], Г. Багієва [2], П. Друкера [3], Ф. Котлера [5], Ж.-Ж. Ламбена [6], Н. Свірідової, І. Заблодської, С. Лиснової [7]. Але у вказаних роботах та багатьох інших не робиться наголос, на тому, що регіональний маркетинг повинен мати комплексний характер.

МЕТА СТАТТІ – надати методологічне обґрунтування основ побудови комплексу маркетингу у промисловості регіону.

МЕТОДИ ДОСЛІДЖЕННЯ

Методологічною та інформаційною основою роботи є наукові праці, матеріали періодичних видань, ресурси Internet, нормативно-правові акти тощо.

При проведенні дослідження використано методи структурно-логічного аналізу, порівняння та узагальнення, систематизації тощо.

РЕЗУЛЬТАТИ

У цих умовах істотно трансформується концепція регіонального маркетингу, формується потреба використовувати його як свого роду ідеологію, яка пронизує всю діяльність компанії. Сучасний маркетинг все частіше розглядається як «мистецтво і наука вибору цільових ринків, збереження та залучення нових споживачів за допомогою створення, постачання та здійснення комунікацій з приводу значущих для них цінностей» [5]. Основною метою стає прогнозування, виявлення та створення потреб, воно стосується перш за все інноваційних продуктів та реалізує філософію превентивності (управляє розвитком потреб). «Сучасний маркетинг все частіше не стільки реагує на потреби та попит, що формує, скільки сам активно передбачає і створює їх» [6, с. 128]. Дані підходи визначають закономірність розвитку майбутньої маркетингової парадигми регіону, фундаментом якої стає вмиле створення попиту на інноваційні товари, засноване на ефективному прогнозуванні або формуванні майбутніх потреб.

У багатьох дослідженнях з питань маркетингу вказується, що необхідна загальна здатність керівництва до такого напрямку діяльності, щоб вона повністю відповідно вимогам середовища, що характеризує її високою нестабільністю. Зміна ролі маркетингу в регіоні проявляється у наданні йому функції, яка інтегрує, зміст якої полягає в тому що всі функціональні сфери (закупівель, виробництва, збуту) на підприємстві підкоряються завданню найкращого задоволення ринкових потреб. Маркетинг можна розглядати як деяку функцію, яка виконується окремим підрозділом на рівні з виробництвом або управлінням персоналом [3].

У той же час маркетинг регіону – це найважливіший структурно-функціональний елемент системи управління, який базується на сучасній концепції ведення бізнесу та орієнтує роботу регіонального промислового комплексу на розвиток ключових компетенцій, що спрямовані на створення найбільших цінностей при задоволенні потреб. Саме маркетинг, який відповідає за формування цінності для споживача шляхом реалізації ринкових можливостей та позиціонування ділових здібностей його суб'єктів, грає центральну організуючу роль в інтегрованих структурах, оскільки безпосередньо пов'язаний зі стратегією розвитку бізнесу. І взагалі, слід зазначити, що рішення, пов'язані з розвитком бізнесу, за своєю суттю є маркетинговими, оскільки безпосередньо пов'язані зі створенням цінності для споживача і задоволенням його потреб. Дана обставина, а також орієнтація всієї послідовності дій у рамках планово-управлінської діяльності на ринкові (маркетингові аспекти) свідчать про пріоритет маркетингових характеристик у типах організаційних структур, властивих сучасним

формам бачення бізнесу. Дотримуючись обраної логіки, найважливішим пріоритетом маркетингу стають визначення способу взаємодії з ринком, узгодження ресурсного потенціалу інтегрованої бізнес-структури до ринкових вимог та визначення варіанту найбільш ефективного використання об'єднаних ресурсів. Особливо це стосується випадків додавання у бізнес портфель нових видів діяльності або рішень щодо виходу на нові ринки збуту. На рівні бізнес-одиниць це дозволяє вибрати цільові ринки, визначити підходи для його освоєння (наприклад, недиференційований, диференційований, концентрований маркетинг) і розробити для них безпосередньо програму маркетингу, або маркетинг-мікс, в рамках якого здійснюється опрацювання маркетингових засобів для конкретних ринкових впливів.

Таким чином, розглядаючи аспекти функціонування інтегрованих структур в регіоні, можна говорити про особливості маркетингу в такого роду структурах, що пов'язані, по-перше, з тим, що маркетинг має великі функціональні різноманітності, охоплюючи дослідницьку, інноваційну та виробничо-ринкову сфери, орієнтуючи їх цілі на активне формування споживчої цінності. По-друге, базуючись на мережових принципах організації бізнесу на регіональному рівні, він дозволяє розглядати всю управлінську діяльність як особливий вид управління, який може виступати основою для створення та функціонування цілісної бізнес-системи, створення і розвитку тих чи інших ключових компетенцій з метою отримання додаткових конкурентних переваг. Однак найбільш повна практична реалізація даного підходу, на наш погляд, можлива тільки в структурах, інтегрованих на корпоративній основі, у діяльності яких дійсно існують організаційні передумови для формування єдиної системи управління маркетингом в регіоні.

Стосовно до функціонування інтегрованих промислових структур також можна виділити такі ключові моменти, які повністю відображають сучасний маркетинговий підхід: комунікації та формування партнерських відносин між усіма учасниками ринкового середовища. У найбільш загальному вигляді він складається у забезпеченні власників, менеджерів вищої і середньої ланки (головного підприємства у бізнес-групі, окремим підрозділів, інших підприємств-учасників групи) своєчасною та повною інформацією про перспективні та поточні потреби ринку у корпоративної продукції (роботи, послуги), а також рекомендаціями про економічно ефективні шляхи задоволення даних потреб. З цієї позиції роль маркетингу актуалізується як при прийнятті стратегічних ринкових рішень, так і в процесі забезпечення узгодженості дій у рамках міжфункціональної координації. З іншого боку, маркетинг можна розглядати як один з ключових функціональних інструментів, який використовується у процесі системного управління інтегрованими структурами в промисловості. Так чи інакше, рішення задач в області самого маркетингу в структурно складних формах організації бізнесу, на наш погляд, можливо тільки в рамках системного підходу, найважливіші поняття якого про співвідношення цілого, загального і приватного знаходять своє вираження в теорії систем і дозволяють виявити, про-

аналізувати і оцінити реально існуючі взаємозв'язки в соціально-економічних процесах. Використання системного підходу в цьому сенсі дозволяє в теорії класифікувати маркетинг, визначаючи його структурну складову, виділяючи такі системи маркетингу, як товарну, рівневу, видову, сегментну і типову. У той же час специфіка цілей і особливості реалізації маркетингової функції в інтегрованих структурах, пов'язані з масштабами бізнесу, продуктовою диференціацією, ресурсним і ринковим потенціалом, диктують необхідність формування особливого виду системи маркетингу, що синтезує маркетингові можливості і здатності окремих господарюючих суб'єктів. Такої системи, яка б цілеорієнтувала б маркетинг в інтегрованих структурах за допомогою координації приватних стратегій окремих бізнес-одиниць в рамках єдиної корпоративної стратегії розвитку і дозволила б також інтегрувати функції маркетингу з функціями управління на всіх рівнях корпоративної ієрархії в даному регіоні. Виходячи з цієї тези, представляється доцільним розглядати систему маркетингу в інтегрованих структурах на рівні регіону як видову, що включає в себе маркетингову діяльність, засновану на різних організаційних, методичних і технічних підходах. Поділяючи дану точку зору, Дж. Стейнер та С. Александров також декларують, що головна задача маркетингу полягає в інтеграції всіх форм діяльності (включаючи виробничу, фінансову, збутову) та координації управління з метою здійснення програм отримання прибутку, які будуть забезпечувати задоволення запитів споживачів [1, с. 114]. Однак сучасній концепції управління маркетингом властива не тільки спрямованість на збільшення обсягу та рентабельності продажів, ринкової частки, прибутків. Істотну частину тепер складають нематеріальні активи, тому що посилюється орієнтація на довгострокову перспективу.

Закономірність розвитку даного підходу до маркетингової діяльності обґрунтовується і зростаючою швидкістю інновацій та скороченням термінів переходу від розробки до практичної реалізації, характерними змінами в технологіях і економіці, насиченням базового ринку. У зв'язку з цим можна представити нові пріоритети в області маркетингу, що відзначаються в багатьох працях зарубіжних і вітчизняних авторів, такі, як, наприклад, в:

- реструктурування бізнес-портфеля;
- розробка прогностичних систем;
- глобальний маркетинг;
- ефективний брендинг;
- маркетинг у всій організації;
- генеральний менеджмент, керований ринком [6].

Багато фахівців в області маркетингу, і зокрема Ж.-Ж. Ламбен, відзначають про необхідність подальшого розвитку маркетингу [6, с. 82]. Сучасний інструментарій вже не підходить для середовища, характерний сьогодні для більшості компаній в промислово розвинених країнах, що виражається в зростанні витрат на маркетинг, зниження ефективності маркетингових програм, зниження точності прогностичних оцінок тощо. Збільшуються витрати, пов'язані зі збором, обробкою і оперативним оновленням баз даних про клієнтів, автоматизацією бізнес-процесів в марке-

тингу, продажах та обслуговуванні. Все більшу цінність представляє наявність бренду і високого рівня популярності торгової марки. «Якщо хтось виробляє краще і дешевше, може бути, краще нічого самим не робити: компанії може нічого не належати, крім торгової марки» [6, с. 276]. Не випадково формуються і нові управлінські моделі, які базуються не стільки на увазі до діяльності конкретної виробничої системи, скільки на створенні стратегічних конкурентних переваг шляхом управління всім ланцюжком підприємств, що функціонують в одному полі бізнесу. Це стосується як виробничих компаній, так і постачальницько-збутових організацій. У рамках загальних напрямків розвитку методології управління при реалізації концепції маркетингу все ширше використовуються принципи синергізму, тобто забезпечення спільних дій для досягнення спільної мети. У маркетингу потенційний синергізм визначається можливостями використання загальних торгових марок, дольовою участю в проведенні досліджень, спільним створенням логістичних систем, скоординованим здійсненням маркетингових комунікацій. Однією з ключових завдань у процесі маркетингової діяльності стає пошук нових і зростаючих сегментів, завдання, що вимагає глибокого розуміння ринків, споживачів, потреб і особливостей споживання. «Створювати конкурентну перевагу з продукту все важче, хоча розробці нових продуктів приділяється багато часу. Необхідно своєчасно розробляти стратегію створення майбутньої переваги, заснованої на інноваційному розвитку взаємопов'язаних виробництв і ринкових мереж» [6, с. 231].

Підвищення стратегічної ролі маркетингу може бути розглянуто і на рівні сукупності взаємодіючих бізнес-суб'єктів в регіоні з точки зору посилення значущості стратегічної орієнтації. В даному контексті слід відзначити і закономірність розвитку партнерських відносин не тільки з існуючими споживачами, а й між усіма групами впливу у компанії (акціонерами, керівниками, персоналом тощо), що вкрай необхідно для вибору правильних напрямків розвитку компанії і забезпечення їх ефективної реалізації. Основоположник маркетингової концепції Філіп Котлер відзначає, що «маркетинг – це рішення про те, кого компанія хоче бачити своїми покупцями, які потреби задовольняти, які канали розподілу використовувати та які партнерства створювати» [5, с. 243].

Вищевикладені обставини, на наш погляд, надають можливість виділити ряд пріоритетних завдань маркетингу в регіоні в сучасних умовах, таких як: активне формування ринку, створення партнерських груп і формування корпоративних структур, інтегроване управління маркетингом для отримання стратегічних конкурентних переваг у всьому ланцюжку підприємств-учасників. Можна також говорити про збільшення використання таких елементів у маркетинговій діяльності регіону, як аутсорсинг, бенчмаркінг, ефективне управління нематеріальними активами (торгові марки, інтелектуальний капітал тощо). У той же час активно розвивається процес посилення партнерських взаємозв'язків підприємств з ключовими постачальниками та дистриб'юторами [7, с. 72].

Дані закономірності, пов'язані з розвитком партнерських відносин, зумовили появу та швидкий розвиток концепції маркетингу відносин, в основі якої лежить побудова взаємовигідних довгострокових відносин з ключовими партнерами: споживачами, поставальниками, оптовими та роздрібними торговцями. «Відносини стають продуктом, в якому інтегровані інтелектуальні та інформаційні ресурси – головні фактори безперервності ринкових відносин» [2, с. 514]. Ф. Котлер дає таке визначення маркетингу партнерських відносин (маркетингу взаємодії): «Маркетинг взаємин – це створення, підтримка і розширення міцних взаємин із споживачами та іншими партнерами компанії» [5, с. 561]. Жан-Жак Ламбен розглядає маркетинг відносин як «систему маркетингу, яка прагне встановити тривалі і конструктивні зв'язки з покупцями на відміну від маркетингу угод, що має більш короткострокову орієнтацію та спрямованого на негайні продажі» [6, с. 444]. Розгляд сутності та ролі маркетингу взаємин можна також знайти в роботах таких вчених, як Я. Гордон, П. Гембл і багатьох ін., проте мова переважно також йде про відносини з споживачами. Причому взаємини з покупцями розуміються в більшій мірі односторонньо, індивідуалізуючи споживача. Багато в чому цей факт дозволяє зробити висновок про те, що основна увага авторами приділяється розгляду питань, пов'язаних з встановленням довготривалих відносин зі споживачами. Однак, на наш погляд, інструментарій маркетингу взаємин може бути ефективно використаний і у сфері відносин між різними підприємницькими групами. І саме інтеграційний характер взаємодії, наприклад, особливо актуальний для всієї промислової сфери, де зв'язки між поставальником, виробником і продавцем априорі можуть бути найбільш корисними для всіх тільки за умови їх тісної спільної діяльності. Ця тенденція обумовлює і розвиток когнітивного підходу і процесів створення так званих маркетингових мереж. З наукової точки зору поява маркетингових мереж – це не що інше, як практичне вираження концепції маркетингу відносин, що трактують в теорії як угоди, постійно укладаються між сторонами протягом тривалого періоду часу. Підприємства у складі мережі стають частиною неформальної, ще не оформленої юридично бізнес-групи. Отже, і кордони сучасного підприємства стають розмитими та їх необхідно встановлювати і розглядати виходячи із сукупності ресур-

сів, якими володіють підприємства-учасники мережі, виходячи із сукупності бізнес-процесів, необхідних для виробництва та пропозиції кінцевого продукту цільовому споживачеві [6].

У зв'язку з цим, розглядаючи маркетинг як об'єкт управління, можна зробити висновок, що формування партнерських відносин на основі маркетингової філософії є проявом сучасної ринкової тенденції, пов'язаної з новим усвідомленням корисності кооперації та інтеграції підприємств. Слід зазначити і ряд наступних сутнісних особливостей. По-перше, маркетинг в інтегрованих структурах регіону володіє великим функціональним розмаїттям та охоплює аспекти, не тільки які входять до складу управління: маркетинг, інноваційний, виробничий і фінансовий менеджмент, організаційну структуру, а й функції в області територіальної, галузевої та міжгалузевої інтеграції. По-друге, основу маркетингу регіону становить мережевий підхід до організації діяльності бізнес-суб'єктів і тенденція, яка мітить до глобалізації ринків (в тому числі і промисловій сфері), а також процеси внутрішньої і міжгалузевої інтеграції. Ця теза виключно важлива, коли говоримо про функціональні особливості маркетингу в інтегрованих структурах регіону, формалізуючи їх таким чином, як представлено на рис. 1.

Підкреслимо, що представлені особливості маркетингу регіону, характерні для вирішення завдання стратегічної ринкової орієнтації, також актуалізуються в світлі видозміни сучасних умов господарювання, пов'язаних з ростом диференціації покупців, індивідуалізацією споживача, кастомізацією виробництва.

З іншого боку, в сьгоднішніх умовах присутні об'єктивна необхідність і організаційні передумови для формування корпоративної системи управління на основі виділення ключових компетенцій, що забезпечують конкурентоспроможність створюваної бізнес-структури. Тому в загальному випадку можна не тільки говорити про інтеграційні функції маркетингу в бізнес-структурах, а й розглядати всю управлінську діяльність, яка здійснюється у маркетинговому процесі як інтегровану, виділяючи його функціональні особливості. Принципова схема реалізації даного механізму в регіоні в умовах використання мережевих принципів і концептуальних положень маркетингу взаємодії представлена на рис. 2.

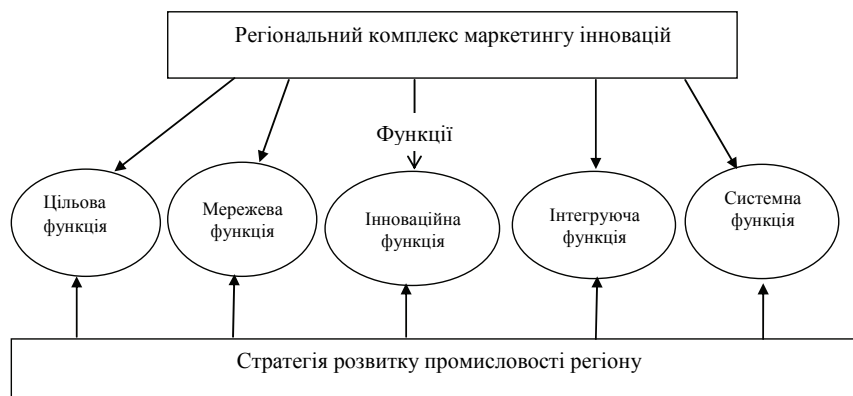


Рис. 1. Функціональні особливості регіонального комплексу маркетингу інновацій

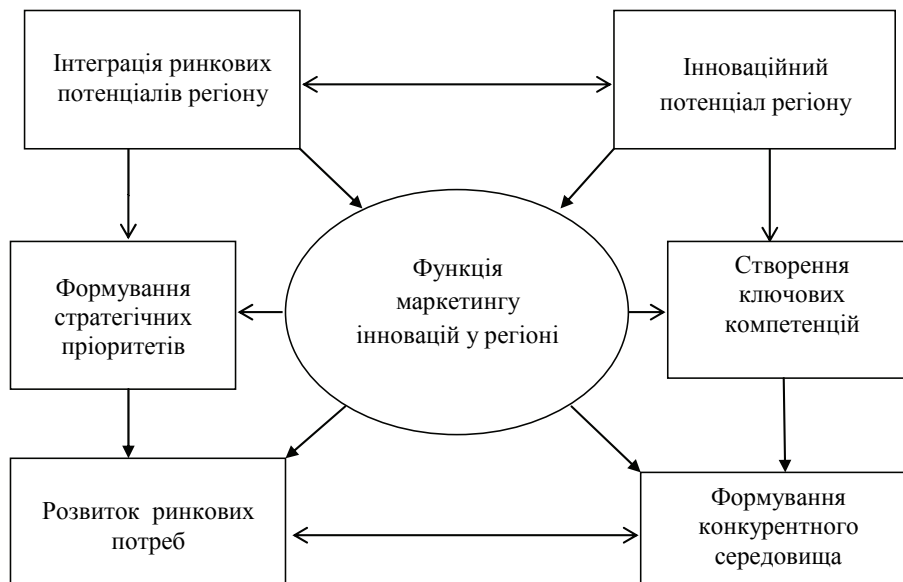


Рис. 2. Схема реалізації маркетингу інновацій в регіоні

Істотний вплив на формування маркетингової ланки надають створення партнерських розподільних мереж та проведення прямої і зворотної інтеграції підприємств з точки зору отримання найбільших фінансових вигод, інтеграції, яка одночасно дозволяє підвищити інформованість про різні погрози або можливості в різних ланках ланцюжка поставок, впливати на зміну структури витрат або ціни поставок [5].

У спеціальній маркетинговій літературі такі ланцюжки традиційно розглядаються в розділі політики розподілу продукту і називаються вертикальними маркетинговими системами (ВМС), у рамках яких виробники і продавці функціонують як одна система. Саме використання поняття система вже передбачає, що ми говоримо не просто про сукупність господарюючих суб'єктів, а про підприємства, які є елементами системи, що має певну мету і передбачає їх взаємодію. Більш того, які беруть участь в цій системі підприємства самі також є складними системами, які, в свою чергу, також можуть бути структуровані. Даний маркетинговий підхід зумовив і формування так званих «ланцюжків поставок». Ланцюжки поставок, на наш погляд, слід розглядати не тільки як один з видів систем розподілу або «вертикальне уявлення про процес закупівель - виробництва - споживання», а й головним чином як систему виробництва та поставок цінностей для споживача. У зв'язку з цим навіть піддається критиці сам термін, оскільки бізнес розглядається з позиції виготовлення та продажу і висувається нове поняття «ланцюжка попиту». Слід сказати і про динаміку розвитку каналів розподілу та появи їх нових видів, таких як вертикальна маркетингова система, що включає виробника, одного або декількох оптових посередників і підприємства роздрібною торгівлі, що працюють як одне ціле. Наведемо визначення маркетингового каналу, яке дає Ф. Котлер: «Маркетинговий канал – сукупність взаємозалежних організацій, що беруть участь у процесі, спрямованому на те, щоб зробити товар або послугу доступним для використання та споживання». Більш того, ряд вчених підкреслюють, що рішення про

вибір маркетингових каналів є одним з найбільш складних, оскільки в кінцевому підсумку обумовлює ключовий зовнішній ресурс і визначає більшу частину маркетингових зусиль будь-якого підприємства. Перш за все це відноситься саме до корпоративних та керованих вертикальних маркетингових систем.

Створення вертикальних маркетингових систем (вертикальних збутових мереж) найбільш підходить для підприємств наукомістких галузей, що випускають специфічний або дорогий товар, який може бути придбаний обмеженим числом кінцевих споживачів. Найбільш типова дана ситуація для підприємств машинобудування із середньо- і дрібносерійним типом виробництва, а також індивідуальним (наказним). Це обумовлює необхідність детального дослідження даних про потенційних покупців, їх планової діяльності, пов'язаної з оновленням виробництва або продуктового ряду, реконструкцією або створенням нових виробництв.

ВИСНОВОК

Відзначаємо, що активний процес формування маркетингових систем на основі горизонтальної інтеграції, в яких дві або кілька компаній об'єднують свої ресурси і зусилля для реалізації ринкових можливостей. Причому цей процес не просто породжує об'єднання господарюючих суб'єктів, що прагнуть до монополістичної форми ринкової діяльності, а й обумовлює спостережувані сьогодні високі темпи формування єдиних (в тому числі і транснаціональних) економічних структур. У будь-якому випадку реалізація викладених вище тенденцій на практиці виражається у формуванні унікального активу компанії, яка включає в себе всі зацікавлені в її роботі групи. Сьогодні на ринку конкурують не стільки підприємства-виробники, скільки ділові системи в цілому. І, звичайно, управління ринковою активністю в таких бізнес-системах вимагає серйозного методологічного та методичного опрацювання, пов'язаного насамперед з плануванням стратегічної орієнтації і ресурсної забезпеченості, систематизацією значних масивів мар-

кетингової інформації, вдосконаленням управлінських технологій в області маркетингу інтегрованих структур, а також можливою стандартизацією основних бізнес-процесів і координуванням господарської діяльності всього регіону.

Список використаних джерел

1. Александров С. Закономерности развития и функциональные особенности маркетинга в интегрированных промышленных структурах / С. Александров. – Весник Инжекона, 2009. – №2. – С.112-118.
2. Багиев Г.Л. и др. Маркетинг: Учебник / Г.Л. Багиев и др. – Учебник для вузов. 3-е изд. – СПб.: Питер, 2010. – 576с.
3. Друкер П. Энциклопедия менеджмента / П. Друкер. Пер. з англ. – М.: ИД "Вильямс", 2007. – 432 с.
4. Захарченко В.І., Кузьміна Т.С. Маркетинг регіональних ринків харчових продуктів // Молочна промисловість, 2001. – №6. – С.18-20
5. Котлер Ф. та ін. Основы маркетингу / Пер. з англ. – М.: Вільямс, 2006. – 944с.
6. Ламбен Ж.-Ж. Менеджмент, ориентированный на рынок / Перев. с англ. под ред. В. Б. Колчанова. – СПб.: Питер, 2007. – 800с.
7. Свірідова Н.Д., Заблодська І.В., Ліскова С.С. Маркетингове забезпечення підвищення конкурентоспроможності регіону. – Луганськ, 2011. – 186 с.

ОГЛЯД АКТУАЛЬНИХ НОВИН ЗАКОНОДАВСТВА, ЩО ВСТУПИЛИ В ДІЮ З СІЧНЯ 2018 Р.

джерело: PSP Audit

https://www.pspaudit.com.ua/files/oglad_aktual_nih_novin_zakonodavstva_sicen_2018_roku.pdf

ОСНОВНІ ЗМІНИ В ЗАКОНОДАВСТВІ

1. Набрали чинності зміни до Закону України "Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні"

Нагадаємо, що з 01.01.2018 р. набрав чинності Закон України «Про внесення змін до Закону України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» від 05.10.2017р. №2164-VIII (далі – Закон № 2154) щодо удосконалення деяких положень», яким внесено зміни до Закону України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні».

Згідно з Законом № 2164, зокрема, для цілей бухгалтерського обліку визначено нову класифікацію поділу суб'єктів господарювання за критерієм їх розмірів: мікропідприємства, малі, середні або великі підприємства.

Звітність за міжнародними стандартами мають складати: підприємства, що становлять суспільний інтерес; публічні акціонерні товариства; підприємства, які здійснюють діяльність з видобутку корисних копалин загальнодержавного значення.

Підприємства, які відповідно до законодавства складають фінансову звітність та консолідовану фінансову звітність за міжнародними стандартами, зобов'язані забезпечити ведення бухгалтерського обліку відповідно до облікової політики за міжнародними стандартами після подання першої фінансової звітності або консолідованої фінансової звітності за міжнародними стандартами, що визнається такою у порядку, визначеному міжнародними стандартами. Також встановлено нові підходи до розкриття фінансової інформації суб'єктами господарювання. Так, окремі категорії підприємств мають оприлюднювати річну фінансову звітність та річну консолідовану фінансову звітність разом з аудиторським висновком на своїй веб-сторінці (у повному обсязі).

Закон №2164 опубліковано у газеті «Голос України» від 01.11.2017р. №202.

2. З 5 січня 2018 року діє нове Положення про ведення касових операцій

5 січня 2018 р. набрало чинності Положення про ведення касових операцій у національній валюті, затверджене постановою Національного банку України від 29.12.2017 р. № 148. Одночасно втратила чинність постанова Правління НБУ «Про затвердження Положення про ведення касових операцій у національній валюті в Україні» від 15.12.2004р. № 637.

НБУ, зокрема, виклав у новій редакції пункт про обмеження розрахунків готівкою:

Так відповідно до п.6 розділу II Положення суб'єкти господарювання мають право здійснювати розрахунки готівкою протягом одного дня за одним або кількома платіжними документами:

- між собою – у розмірі до 10 000 (десяти тисяч) гривень включно;

- з фізичними особами – у розмірі до 50 000 (п'ятдесяти тисяч) гривень включно.

Платежі понад установлені граничні суми проводяться через банки або небанківські фінансові установи, які в установленому законодавством порядку отримали ліцензію на переказ коштів у національній валюті без відкриття рахунку, шляхом переказу коштів із поточного рахунку на поточний рахунок або внесення коштів до банку чи небанківської фінансової установи для подальшого їх переказу на поточні рахунки в банку. Кількість суб'єктів господарювання та фізичних осіб, з якими здійснюються готівкові розрахунки, протягом дня не обмежується.

Одночасно п. 3 розділу I Положення НБУ визначив поняття «готівкові розрахунки»:

готівкові розрахунки – платежі готівкою суб'єктів господарювання і фізичних осіб за реалізовану продукцію (товари, виконані роботи, надані послуги), а також за операціями, які безпосередньо не пов'язані з реалізацією продукції (товарів, робіт, послуг) та іншого майна.

ПОДАТОК НА ПРИБУТОК

1. Податок на прибуток підприємств – зміни з 1 січня 2018 р.

Офіс великих платників податків інформує, що Законом України «Про внесення змін до Податкового кодексу України та деяких законодавчих актів України щодо забезпечення збалансованості бюджетних надходжень у 2018 році» від 07.12.2017р. № 2245-VIII, внесені, зокрема, такі зміни по податку на прибуток підприємств:

- змінено визначення безнадійної заборгованості (для цілей оподаткування банківських установ);

- запроваджено визначення терміну «синдикований кредит», а також особливості застосування до нього угод про уникнення подвійного оподаткування;

- уточнено визначення терміну «роялті», що саме не є роялті для програмної продукції;

- змінено визначення терміну «пов'язана особа», це якщо кінцевим бенефіціаром є одна і та ж фізична особа, або така особа виконує функції виконавчого органу. Уточнено, що кредити надані під гарантії держави не впливають на визначення пов'язаності юридичних осіб;

- передбачено, що податкова декларація з податку на прибуток, яка розраховується з наростаючим підсумком за рік подається у 60-ти денний термін;
- запроваджена для банків можливість враховувати всю суму резервів, які нараховуються під активи, а також передбачені перехідні положення щодо таких операцій;
- уточнені норми щодо сплати дивідендів платниками єдиного податку: єдинники не сплачують авансові внески, платники податку, отримувачі не коригують фінансовий результат;
- внесені зміни до норм щодо податкових наслідків переходу із спрощеної системи на загальну для платників четвертої групи;
- встановлено, що обмеження по операціям із низькоподатковими нерезидентами поширюються і на нерезидентів особливих організаційно-правових форм;
- передбачена можливість не оподатковувати кошти направлені на допомогу спортивним неприбутковим організаціям у розмірі до 8 відсотків від оподаткованого прибутку попереднього року;
- фінансовий результат збільшується на суму повної або часткової компенсації один раз на календарний рік вартості путівок на відпочинок, оздоровлення та лікування на території України, якщо вони не оподатковуються податком на доходи фізичних осіб;
- сума податку на прибуток зменшується на суму акцизного податку сплаченого за дизельне паливо, що використане дизельними локомотивами та самоскидами вантажопідйомністю понад 75 тонн;
- до 1 січня 2025 р. звільняється від оподаткування прибуток підприємств - суб'єктів літакобудування, що визначені відповідно до норм статті 2 Закону України «Про розвиток літакобудівної промисловості»;
- до 1 січня 2020 р. звільнено від оподаткування діяльність щодо використання газу метану вугільних родовищ;
- виключено вимогу щодо необхідності дотримання не низькоподаткового статусу нерезидента для розміщених «євробондів»;
- передбачено норму, яка зазначає, що платники єдиного податку сплачують податок на репатріацію, у разі виплат на користь нерезидента.

2. Декларацію з податку на прибуток подаємо за новою формою

Нагадаємо, що декларацію з податку на прибуток необхідно подавати за оновленою формою:

9.06.2017 р. набрав чинності наказ Міністерства фінансів України від 28.04.2017р. №467 «Про внесення змін до форми Податкової декларації з податку на прибуток підприємств», що зареєстрований у Міністерстві юстиції України 19.05.2017 р. за № 642/30510, яким у новій редакції викладено форму податкової декларації з податку на прибуток підприємств та форми додатків до неї.

Зокрема, у формі Декларації з'явилися нові рядки:

- рядок 07.2 «страхові платежі, страхові внески, страхові премії за договорами перестрахування»;

- рядок 09.1 «сума доходу, що залишився після формування призового (виграшного) фонду (позитивне значення (рядок 09.1.1 – рядок 09.1.2))»;
- рядок 09.1.1 «загальна сума доходів, отриманих від прийняття ставок у лотерею»;
- рядок 09.1.2 «сума сформованого призового (виграшного) фонду лотереї відповідно до умов її проведення»;
- рядок 09.2 «сума безнадійної заборгованості, визначеної підпунктом «е» підпункту 14.1.11 пункту 14.1 статті 14 розділу I Податкового кодексу України».

Із форми Декларації виключені рядки, пов'язані з розрахунком авансових внесків із податку на прибуток підприємств (рядок 26 – до змін), і рядки щодо виправлення помилок по авансових внесках (рядки 36, 37, 38 та 39).

Також змінилася таблиця для відміток про наявність додатків. У ній з'явилося нове поле «ФЗ», в якому платники мають проставляти позначку «+» під час подання разом із декларацією фінансової звітності, адже відповідно до п. 46.2 ст. 46 Податкового кодексу України від 02.12.2010р. №2755-VI (зі змінами та доповненнями) платник податку на прибуток подає разом з відповідною податковою декларацією квартальну або річну фінансову звітність у порядку, передбаченому для подання податкової декларації з урахуванням вимог статті 137 ПКУ.

Фінансова звітність, що складається та подається відповідно до цього пункту платниками податку на прибуток, є додатком до Декларації та її невід'ємною частиною.

Внесено зміни до таблиці «Відомості про одночасне подання до Податкової декларації з податку на прибуток підприємств форм фінансової звітності» (до змін) Декларації. Тепер у формі Декларації вона розміщена відразу за таблицею «Наявність додатків» і має назву «Наявність поданих до Податкової декларації з податку на прибуток підприємств додатків – форм фінансової звітності».

Крім того, внесено зміни до форм додатків до Декларації, а саме до:

- додатку ЗП до рядка 16 ЗП Податкової декларації з податку на прибуток підприємств;
- додатку ПН до рядка 23 ПН Податкової декларації з податку на прибуток підприємств;
- додатку ТЦ «Самостійне коригування ціни контрольованої операції і сум податкових зобов'язань платника податку»;
- додатку ВП «Розрахунок податкових зобов'язань за період, у якому виявлено помилку(и)»;
- додатку РІ «Різниця»;
- додатку АМ «Інформація щодо нарахованої амортизації»;
- додатку ЦП до рядків 4.1.3 ЦП, 4.1.4 ЦП додатка РІ до рядка 03 РІ Податкової декларації з податку на прибуток підприємств.

Наказ № 467 набрав чинності з дня його офіційного опублікування (опубліковано у бюлетені «Офіційний вісник України» від 09.06.2017 №45).

3. Зміни щодо подання податкової декларації контролюючим органам

Законом України від 07.12.2017 р. №2245-VIII внесено зміни до Податкового кодексу України від 02.12.2010 р. №2755-V (далі – Кодекс), зокрема зміни до статті 49 «Подання податкової декларації до контролюючих органів»:

Податкові декларації, крім випадків, передбачених цим Кодексом, подаються за базовий звітний (податковий) період, що дорівнює:

- календарному року для платників податку на прибуток для податкової декларації, яка розраховується наростаючим підсумком за рік, - протягом 60 календарних днів, що настають за останнім календарним днем звітного (податкового) року (п. 49.18.6 ст. 49 Кодексу).

Якщо податкова декларація за квартал, півріччя, три квартали або рік розраховується наростаючим підсумком на підставі показників базових податкових періодів, з яких складаються такі квартали, півріччя, три квартали або рік (без урахування авансових внесків), згідно з відповідним розділом цього Кодексу, зазначена податкова декларація подається у строки, визначені пунктом 49.18 цієї статті для такого базового звітного (податкового) періоду, крім податкової декларації з податку на прибуток, яка розраховується наростаючим підсумком за рік. (п. 49.19 ст. 49 Кодексу).

Для цілей цього Кодексу під терміном «базовий звітний (податковий) період» слід розуміти перший звітний (податковий) період року, визначений відповідним розділом цього Кодексу.

4. Трансфертне ціноутворення

1 січня 2018 р. вступив в силу Закон України «Про внесення змін у Податковий кодекс України та деякі законодавчі акти України щодо забезпечення збалан-

сованості бюджетних надходжень в 2018 році» від 07.12.2017 р. №2245-VIII, яким внесено зміни до Податкового кодексу України від 02.12.2010р. №2755-VI, зокрема в частині трансфертного ціноутворення, а саме:

- доповнено перелік господарських операцій, які є контрольованими: господарські операції, що здійснюються між нерезидентом та його постійним представництвом в Україні;

- доповнено критерії для визнання операцій контрольованими: господарські операції, що здійснюються між нерезидентом та його постійним представництвом в Україні, визнаються контрольованими, якщо обсяг таких господарських операцій, визначений за правилами бухгалтерського обліку, перевищує 10 млн. грн. (за вирахуванням непрямих податків) за відповідний податковий (звітний) рік;

- уточнено вимоги до документації з трансфертного ціноутворення, яка подається на запит центрального органу виконавчої влади, що реалізує державну податкову і митну політику;

- змінено термін надсилання запиту центральним органом виконавчої влади, що реалізує державну податкову і митну політику, для подання документації щодо контрольованих операцій з 01 травня на 01 жовтня року, що настає за календарним роком, в якому таку контрольовану операцію (операції) було здійснено;

- уточнено строки сплати суми податкового зобов'язання, розрахованого за результатами самостійного коригування ціни контрольованої операції і сум податкових зобов'язань за результатами якого розрахована ціна відповідає принципу «витагнутої руки»;

- уточнено норми щодо укладання договорів за результатами попереднього узгодження ціноутворення у контрольованих операціях, що мають односторонній, двосторонній та багатосторонній характер.

ОФІС великих платників податків ДФС України		Трансфертне ціноутворення Закон України від 07.12.17 № 2245-VIII (з 01.01.18)	
Контрольовані операції (КО) <ul style="list-style-type: none"> з пов'язаними особами – нерезидентами (в т.ч. через особу/осіб без істинних функцій, активів, ризиків) через комісіонерів-нерезидентів з нерезидентами з країн (територій) з Переліку КМУ від 27.12.17 № 1045 з нерезидентами, організаційно-правові форми яких в Переліку КМУ від 04.07.17 №480 між нерезидентом та його постійним представництвом в Україні 		Вартісні критерії <ul style="list-style-type: none"> річний дохід > 150 млн.грн. обсяг операцій з контрагентом > 10 млн.грн.* <small>* за цінами, що відповідають принципу «витагнутої руки» (пп.39.2.1.9)</small>	
Методи встановлення відповідності умов КО принципу «витагнутої руки» <ol style="list-style-type: none"> порівняльної неконтрольованої ціни ціни перепродажу «витрати плюс» чистого прибутку розподілення прибутку 		термін зберігання документів з ТЦ - 2 555 днів строк давності -	
<input checked="" type="checkbox"/> Подання ЗВІТІВ про КО <small>(порядок Міністру від 18.01.15 №8, із змінами)</small>		<input checked="" type="checkbox"/> Самостійне коригування зобов'язань без штрафу (уточнююча декларація) <ul style="list-style-type: none"> за 2015 та 2016 рр. за нормами ст.39 в редакції на день коригування заборонено під час перевірки КО 	
Запит від ДФС про надання документації з ТЦ		1 ЖОВТНЯ року, наступного за звітним	
після		Подання документації з ТЦ, додаткової інформації до контролюючого органу протягом 30 календарних днів після запиту ДФС	
Зміст документації з трансфертного ціноутворення			
дані про сторони КО та пов'язаних осіб	опис діяльності групи	опис структури управління, схема орг.структури	опис діяльності, стратегії ділової активності
опис реструктуризації	опис КО	опис передачі НМА	опис та копії договорів
товарів (робіт, послуг)	дані про розрахунки	дані про бізнес-стратегії сторін	функціональний аналіз КО
економічний аналіз КО	дані про самостійне коригування податкової бази		
Попереднє узгодження ціноутворення у КО – процедура узгодження між ВПП та ДФС критеріїв відповідності умов КО принципу «витагнутої руки»			
Заява ВПП до ДФС > Узгодження ціноутворення у КО > Договір			
Переваги (можливості) попереднього узгодження ціноутворення (при дотриманні умов Договору): <ul style="list-style-type: none"> відсутність донарахування податкових зобов'язань, штрафів, пені щодо КО, які є предметом Договору поширення дії Договору на весь звітний період, в якому укладає Договір, та/або на попередні звітні періоди (roll back) подовження дії Договору у разі незмінності умов КО внесення змін до тексту Договору при зміні податкового законодавства стабільність умов Договору у разі втрати платником податків статусу ВПП 			
Характер Договору: <ul style="list-style-type: none"> односторонній – між ВПП та ДФС, двосторонній – із залученням іноземного державного органу, багатосторонній – із залученням двох і більше державних органів 			

5. виправлення помилок у звіті про контрольовані операції за минулий звітний період

Відповідно до пп.39.4.2 п.39.4 ст.39 Податкового кодексу України від 02.12.2010р. №2755-VI, зі змінами та доповненнями (далі – ПКУ) у разі якщо платником податку виявлено, що у раніше поданому звіті про контрольовані операції (далі – Звіт) інформація надана не в повному обсязі, містить помилки або недоліки, такий платник податків має право подати:

- новий Звіт до закінчення граничного строку подання звіту про контрольовані операції за такий самий звітний період;

- уточнюючий Звіт у разі його подання після закінчення граничного строку для відповідного звітнього періоду.

Платник податків під час проведення документальних перевірок не має права подавати уточнюючий Звіт.

Пунктом 50.1 ст. 50 ПКУ встановлено, що у разі якщо у майбутніх податкових періодах (з урахуванням строків давності, визначених ст.102 ПКУ) платник податків самостійно (у тому числі за результатами електронної перевірки) виявляє помилки, що містяться у раніше поданій ним податковій декларації (крім обмежень, визначених цією статтею), він зобов'язаний надіслати уточнюючий розрахунок до такої податкової декларації за формою чинного на час подання уточнюючого розрахунку.

Форму та Порядок складання Звіту (далі – Порядок) затверджено наказом Міністерства фінансів України від 18.01.2016 р. № 8, зі змінами та доповненнями (далі – Наказ № 8).

Згідно з п. 2 розд. I Порядку новий та уточнюючий звіти повинні містити повну інформацію про контрольовані операції за звітний рік, як передбачено при складанні основного Звіту (Звіту з позначкою «звітний»).

Новий Звіт подається з позначкою «звітний новий», уточнюючий Звіт – з позначкою «уточнюючий».

З урахуванням норми п. 11 підрозд. 10 розд. «Перехідні положення» ПКУ у разі встановлення контролюючим органом фактів несвоєчасного декларування контрольованих операцій у поданому звіті до платника податків застосовується штраф згідно з п. 120.4 ст. 120 ПКУ незалежно від звітнього періоду здійснення контрольованих операцій. Відповідно до п. 120.4 ст. 120 ПКУ несвоєчасне, зокрема декларування контрольованих операцій у поданому Звіті відповідно до вимог п.39.4 ст.39 ПКУ тягне за собою накладення штрафу (штрафів) у розмірі одного прожиткового мінімуму для працездатної особи, встановленого законом на 1 січня податкового (звітнього) року, за кожний календарний день несвоєчасного декларування контрольованих операцій в поданому звіті про контрольовані операції у разі подання уточнюючого звіту, але не більше 300 розмірів прожиткового мінімуму для працездатної особи, встановленого законом на 1 січня податкового (звітнього) року.

Таким чином, у разі самостійного виявлення платником податків помилок, що містяться у раніше поданому Звіті за періоди з 01.01.2015р., платник зобов'язаний подати уточнюючий Звіт за формою, затвердженою Наказом №8, зі змінами та доповненнями, про що робиться відмітка у графі 1 заголовної частини Звіту.

Якщо до початку документальної перевірки платником виявлено контрольовані операції, які були не задекларовані у раніше поданому Звіті та подано уточнюючий Звіт, в якому додатково задекларовані контрольовані операції, то до такого платника застосовується штраф у розмірі одного прожиткового мінімуму для працездатної особи, встановленого законом на 1 січня податкового (звітнього) року, за кожний календарний день несвоєчасного декларування контрольованих операцій в поданому Звіті, але не більше 300 розмірів прожиткового мінімуму для працездатної особи, встановленого законом на 1 січня податкового (звітнього) року.

ПОДАТОК НА ДОДАНУ ВАРТІСТЬ

1. ПДВ – зміни з 1 січня 2018 р.

Офіс великих платників податків інформує, що набрав чинності Закон України «Про внесення змін до Податкового кодексу України Податкового кодексу України від 02.12.2010 р. № 2755-VI та деяких законодавчих актів України щодо забезпечення збалансованості бюджетних надходжень у 2018 році» від 07.12.2017 р. №2245-VIII, який опубліковано в газеті «Голос України» 30 грудня 2017 р..

Вказаним Законом, зокрема:

- змінена процедура зупинення податкових накладних / розрахунків коригування. Встановлено, що реєстрація податкових накладних/розрахунків коригування в ЄРПН може бути зупинена в порядку та на підставах, встановлених Кабінетом Міністрів України. З 01.01.2018 р. і до прийняття відповідного рішення Уряду зупинення податкових накладних / розрахунків не здійснюється;

- встановлені умови та порядок розблокування та реєстрації податкових накладних у ЄРПН для податкових накладних, які були заблоковані до дня введення в дію Закону;

- платникам, які будуть ввозити на митну територію України до 1 січня 2020 р. промислове обладнання для виробничих потреб, надано право на розстрочку на 24 місяці сплати «імпортного» ПДВ;

- поширено ставку ПДВ 7% на операції з постачання та ввезення на митну територію України всіх медичних виробів, які внесені до Державного реєстру медичної техніки та виробів медичного призначення або відповідають вимогам відповідних технічних регламентів, що підтверджується документом про відповідність, та дозволені для надання на ринку та/або введення в експлуатацію і застосування в Україні;

- встановлено, що не є об'єктом оподаткування ПДВ: ввезення на митну територію України товарів, сумарна фактурна вартість яких не перевищує екви-

валент 150 євро у несупроводжуваному багажі; ввезення на митну територію України товарів, сумарна митна вартість яких не перевищує еквівалент 150 євро, на адресу одного одержувача (юридичної особи) в одній депеші у міжнародних поштових відправленнях або в одному вантажі експрес-перевізника у міжнародних експрес-відправленнях;

- уточнено норму щодо звільнення від оподаткування ПДВ операцій з постачання (передплати) та доставки дитячих книжкових видань;

- визначено терміни реєстрації у ЄРПН для розрахунків коригування податкових накладних на зменшення суми компенсації вартості товарів/послуг – протягом 15 календарних днів із дня отримання такого розрахунку коригування до податкової накладної отримувачем (покупцем);

- до 31 грудня 2018 р. звільнено від оподаткування ПДВ операції із ввезення на митну територію України та з постачання на митній території України виключно електромобілів (у тому числі вироблених в Україні);

- до 1 січня 2023 р. поширено звільнення від ПДВ на визначених Кодексом умовах на операції з постачання програмної продукції, а також операції з програмною продукцією, плата за які не вважається роялті, а також розширено поняття «програмна продукція».

2. 22 січня 2018 року останній день проведення перерахунку ПДВ

Звертаємо увагу платників ПДВ, що відповідно до п. 199.1 ст. 199 розділу V Податкового кодексу України від 02.12.2010 р. № 2755-VI (далі – ПКУ) у разі якщо придбані та/або виготовлені товари/послуги, необоротні активи частково використовуються в оподатковуваних операціях, а частково – ні, платник ПДВ зобов'язаний нарахувати податкові зобов'язання виходячи з бази оподаткування, визначеної відповідно до п. 189.1 ст. 189 ПКУ, та скласти не пізніше останнього дня звітного (податкового) періоду і заре-

еструвати зведену податкову накладну в Єдиному реєстрі податкових накладних на загальну суму частки сплаченого (нарахованого) податку під час їх придбання або виготовлення, яка відповідає частці використання таких товарів / послуг, необоротних активів в неоподатковуваних операціях.

Платник ПДВ за підсумками календарного року здійснює перерахунок частки використання товарів / послуг та необоротних активів в оподатковуваних операціях виходячи з фактичних обсягів проведених протягом року оподатковуваних та неоподатковуваних операцій (п. 199.4 ст. 199 ПКУ).

Частка використання товарів/послуг, необоротних активів в оподатковуваних операціях, визначена з урахуванням норм пунктів 199.2 – 199.4 ст. 199 ПКУ, застосовується для проведення коригування сум податкових зобов'язань, зазначених у п.199.1 ст.199 ПКУ. Результати перерахунку сум податкових зобов'язань з ПДВ відображаються у податковій декларації з ПДВ за останній податковий період року.

У разі зняття з обліку платника ПДВ, у тому числі за рішенням суду, коригування відображається платником ПДВ у податковій декларації з ПДВ останнього податкового періоду, коли відбулося зняття з обліку.

Згідно з п. 199.6 ст. 199 ПКУ правила цієї статті не застосовуються у разі:

- проведення операцій, передбачених пп. 196.1.7 п. 196.1 ст. 196 ПКУ;

- постачання платником ПДВ відходів і брухту чорних і кольорових металів, які утворилися в такого платника внаслідок переробки, обробки, плавлення товарів (сировини, матеріалів, заготовок тощо) на виробництві, будівництві, розібранні (демонтажу) ліквідованих основних фондів та інших подібних операцій;

- проведення операцій, передбачених пп. 197.1.28 п. 197.1, пп. 197.11 та 197.24 ст. 197 ПКУ.

ЄСВ ТА ПДФО

1. ЄСВ - зміни з 1 січня 2018 р.

Офіс великих платників податків повідомляє, що з 1 січня 2018 р. набрав чинності Закон України «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо підвищення пенсій», який вніс зміни до Закону України 08 липня 2010 р. № 2464-VI «Про збір та облік єдиного внеску на загальнообов'язкове державне соціальне страхування» від 03.10.2017 р. № 2148-VIII.

Закон передбачає:

- зміну бази нарахування єдиного внеску: максимальна величина бази нарахування єдиного внеску визначається як максимальна сума доходу застрахованої особи на місяць, що дорівнює 15 розмірам мінімальної заробітної плати, встановленої законом, замість 25 розмірів прожиткового мінімуму до 1.01.2018 р.;

- категорію платників єдиного внеску доповнили членами фермерського господарства, за умови, що вони не належать до осіб, які підлягають страхуван-

ню на інших підставах. До 1.01.2018р. зазначена категорія сплачувала внесок на добровільних засадах шляхом укладання договору добровільного страхування;

- звільняються від сплати єдиного внеску за себе фізичні особи – підприємці (в тому числі «спрощенці») та члени фермерського господарства, у випадку отримання ними пенсії за віком, або якщо вони є особами з інвалідністю, чи досягли віку встановленого Законом про пенсійне страхування та отримують пенсію або соціальну допомогу;

- фізичні особи - підприємці – платники єдиного податку першої групи втрачають право на сплату половинної (0,5) ставки мінімального страхового внеску. З 01.01.2018 р. вони сплачують єдиний внесок у повному мінімальному розмірі, як і інші фізичні особи-підприємці. Відповідно періоди здійснення підприємницької діяльності платників єдиного податку першої групи зараховуватимуться до страхового стажу у повному розмірі.

2. Кого звільнено від сплати єдиного внеску у 2018 р.?

Законом України «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо підвищення пенсій» від 3.10.2017 р. №2148-VIII внесено зміни до Закону України «Про збір та облік єдиного внеску на загальнообов'язкове державне соціальне страхування» від 8.07.2010 р. №2464-VI (далі – Закон про ЄВ). Зокрема, встановлено, що особи, зазначені у п. 4 ч. 1 ст. 4 Закону про ЄВ, звільняються від сплати за себе єдиного внеску, якщо вони:

- отримують пенсію за віком;
- є особами з інвалідністю;

- досягли віку, встановленого ст. 26 Закону України «Про загальнообов'язкове державне пенсійне страхування» від 9.07.2003 р. № 1058-IV (далі – Закон № 1058) та отримують відповідно до закону пенсію або соціальну допомогу.

Як і раніше, такі особи можуть бути платниками єдиного внеску виключно за умови їх добровільної участі у системі загальнообов'язкового державного соціального страхування.

Зазначена норма набрала чинності з 1.01.2018 р..

Отже, з 1.01.2018 р. фізичні особи-підприємці, які досягли віку, встановленого ст. 26 Закону № 1058 (60 років та мають страховий стаж, зокрема, з 1.01.2018р. по 31.12.2018р. – не менше 25 років) та отримують відповідно до закону пенсію або соціальну допомогу (незалежно від виду пенсії) звільняються від сплати єдиного внеску за себе.

3. Зміни щодо отримання податкової знижки за навчання за 2017 р.

З 1.01.2017 р. діє норма, передбачена пп. 166.3.3 п. 166.3 ст. 166 Податкового кодексу України від 2.12.2010 р. № 2755-VI (далі – Кодексу), згідно з якою фізична особа - платник податку має право включити до податкової знижки фактично здійснені ним протягом звітного податкового року витрати на користь вітчизняних вищих та професійно-технічних навчальних закладів для компенсації вартості здобуття середньої професійної або вищої освіти такого платника податку та/або члена його сім'ї першого ступеня споріднення.

Таким чином, з 1.01.2018р. скасовано обмеження щодо суми коштів сплачених за навчання та обмеження щодо навчального періоду, за який здійснено таку сплату, а враховуватимуться фактично понесені платником податку витрати. При цьому загальна сума податкової знижки, нарахована платнику податку в звітному податковому році, не може перевищувати суми річного загального оподаткованого доходу платника податку, нарахованого як заробітна плата, зменшена з урахуванням положень п. 164.6 ст. 164 Кодексу (пп. 166.4.2 п. 166.4 ст. 166 Кодексу).

Крім цього, за результатами 2017 року платник податку може скористатись правом на отримання податкової знижки, пов'язаної з навчанням члена сім'ї першого ступеня споріднення, незалежно від того одержує чи ні такий член сім'ї заробітну плату.

4. Змінено порядок оподаткування ПДФО путівок, наданих роботодавцями

До загального місячного (річного) оподатковуваного доходу платника податку не включається вартість путівок на відпочинок, оздоровлення та лікування, у тому числі на реабілітацію інвалідів, на території України платника податку та/або його дітей віком до 18 років, які надаються йому безоплатно або із знижкою (у розмірі такої знижки) професійною спільнотою, до якої зараховуються професійною спільнотою платника податку – члена такої професійної спілки, створеної відповідно до законодавства України, або за рахунок коштів відповідного фонду загальнообов'язкового державного соціального страхування.

Вартість путівок на відпочинок, оздоровлення та лікування, у тому числі на реабілітацію інвалідів, на території України платника податку та/або його членів сім'ї першого ступеня споріднення, які надаються його роботодавцем – платником податку на прибуток підприємств безоплатно або із знижкою (у розмірі такої знижки) один раз на календарний рік та за умови, якщо вартість путівки (розмір знижки) не перевищує 5 розмірів мінімальної заробітної плати, встановленої на 1 січня звітного податкового року.

Отже, вартість путівок на відпочинок, оздоровлення та лікування, які надаються профспілковою організацією безоплатно або із знижкою (у розмірі такої знижки) членам профспілки, не оподатковується податком на доходи фізичних осіб при виконанні наступних умов:

- така путівка передбачає відпочинок, оздоровлення та лікування тільки на території України;
- путівка надається профспілковою організацією тільки працівникам – членам профспілки та їх дітям віком до 18 років.

Якщо профспілкова організація надає путівку на інших умовах, вартість такої путівки є додатковим благом та оподатковується податком на доходи за ставкою 18 % та військовим збором за ставкою 1,5% на загальних підставах.

Якщо путівка на відпочинок надається безоплатно або із знижкою (у розмірі такої знижки) роботодавцем, то така путівка не вважається оподатковуваним доходом платника податку якщо:

- путівка надається на відпочинок, оздоровлення та лікування на території України;
- путівка надається роботодавцем – платником податку на прибуток платнику податку та/або членам його сім'ї першого ступеня споріднення;
- путівка надається один раз на календарний рік;
- вартість путівки (розмір знижки) не перевищує 5 розмірів мінімальної заробітної плати, встановленої на 1 січня звітного податкового року (у 2018 р. – 18 615 грн. (3723 грн. x 5)).

- Законом України «Про державний бюджет на 2018 рік» від 07.12.2017 р. № 2246 V-III, з 1 січня 2018 р. мінімальна заробітна плата встановлена у розмірі 3 723 гривні.

Членами сім'ї фізичної особи першого ступеня споріднення вважаються її батьки, її чоловік або дружина, діти такої фізичної особи, у тому числі усиновлені (пп. 14.1.263 п. 14.1 ст. 14 Податкового кодексу України).

Якщо путівка на відпочинок надається громадянину роботодавцем на інших підставах, то така путівка вважається додатковим благом, і оподатковується податком на доходи фізичних осіб за ставкою 18 % та військовим збором за ставкою 1,5 % на загальних підставах.

Зазначена норма передбачена пп. 164.2.17 е) п. 164.2 ст. 164 та пп. 165.1.35 п. 165.1 ст. 165 Податкового кодексу України від 02.12.2010р. №2755-VI, з урахуванням змін, внесених Законом України «Про внесення змін до Податкового кодексу України та деяких законодавчих актів України щодо забезпечення збалансованості бюджетних надходжень у 2018 р.» від 7.12.2017 р. № 2245-V-III.

5. Які доходи фізичних осіб не оподатковуються у 2018 р.?

Законом України «Про внесення змін до Податкового кодексу України та деяких законодавчих актів України щодо забезпечення збалансованості бюджетних надходжень у 2018 році» від 7.12.2017р. № 2245-VIII, що набрав чинності 1 січня 2018 р., внесено зміни у Податковий кодекс України від 2.12.2010 р. № 2755-VI (далі – ПКУ), зокрема у частині податку на доходи фізичних осіб.

Так, змінами доповнено пп. 165.1.35 п. 165.1 ст. 165 ПКУ, згідно з яким до загального місячного (річного) оподатковуваного доходу платника податку не включаються такі доходи:

- вартість путівок на відпочинок, оздоровлення та лікування, у тому числі на реабілітацію інвалідів, на території України платника податку та/або його дітей віком до 18 років, які надаються йому безоплатно або із знижкою (у розмірі такої знижки) професійною спілкою, до якої зараховуються профспілкові внески платника податку – члена такої професійної спілки, створеної відповідно до законодавства України, або за рахунок коштів відповідного фонду загальнообов'язкового державного соціального страхування;

- вартість путівок на відпочинок, оздоровлення та лікування, у тому числі на реабілітацію інвалідів, на території України платника податку та/або членів його сім'ї першого ступеня споріднення, які надаються його роботодавцем – платником податку на прибуток підприємств безоплатно або із знижкою (у розмірі такої знижки) один раз на календарний рік, за умови, що вартість путівки (розмір знижки) не перевищує 5 розмірів мінімальної заробітної плати, встановленої на 1 січня податкового (звітного) року.

6. Добові у 2018 р., які не підлягають оподаткуванню

Згідно з пп. 170.9.1 п. 170.9 ст. 170 Податкового кодексу України від 2.12.2010 р. № 2755-VI до оподатковуваного доходу не включаються витрати на відрядження, не підтверджені документально, на харчування та фінансування інших власних потреб фізичної особи (добові витрати), понесені у зв'язку з таким відрядженням у межах території України, але не більш як 0,1 розміру мінімальної заробітної плати, встановленої законом на 1 січня податкового (звітного) року, в розрахунку за кожен календарний день такого відрядження, а для відряджень за кордон – не вище 80 євро за кожен календарний день такого від-

рядження за офіційним обмінним курсом гривні до євро, установленим Національним банком України, в розрахунку за кожен такий день.

Оскільки з 1.01.2018 р. мінімальна зарплата встановлена на рівні 3 723 грн. (згідно ст. 8 Закону України «Про Державний бюджет України на 2018 рік» від 7.12.2017 р. №2246-VIII), максимальний розмір неоподатковуваних добових витрат у 2018 р. становить не більш ніж 372,30 грн. за добу.

Суми та склад витрат на відрядження державних службовців, а також інших осіб, що направляються у відрядження підприємствами, установами та організаціями, які повністю або частково утримуються (фінансуються) за рахунок бюджетних коштів, визначаються Постановою КМ України від 2.02.2011 р. № 98. Зокрема, сума добових в межах України для таких категорій фізичних осіб встановлюється в межах 60 грн.

7. Стартувала кампанія декларування доходів

Розпочалася кампанія декларування доходів, отриманих фізичними особами – платниками податків протягом 2017 р., під час якої окремі категорії фізичних осіб:

- зобов'язані подати податкову декларацію про майновий стан та доходи за 2017 р. та визначити податкові зобов'язання з податку на доходи фізичних осіб і військового збору;

- мають право подати декларації для отримання податкової знижки.

Обов'язок щодо подання податкової декларації про майновий стан і доходи (далі – декларація) у платників податків виникає:

- при отриманні доходів не від податкових агентів, тобто від інших фізичних осіб, які не зареєстровані як самозайняті особи, тобто які не є підприємцями або не провадять незалежну професійну діяльність;

- при отриманні від податкових агентів доходів, які не підлягали оподаткуванню при виплаті, але які не звільнені від оподаткування;

- при отриманні іноземних доходів;

- в інших випадках, передбачених законодавством.

8. Декларування іноземних доходів фізичних осіб - резидентів у 2018 р.

Оподаткування доходів фізичних осіб регламентується розділом IV Податкового кодексу України від 2.12.2010 р. № 2755-VI (далі - ПКУ), пп. 162.1.1 п. 162.1 ст. 162 якого встановлено, що платниками податку є, зокрема фізичні особи-резиденти, які отримують доходи як з джерела їх походження в Україні, так і іноземні доходи.

Іноземні доходи - це доходи (прибуток), отримані з джерел за межами України, які є об'єктом оподаткування резидента (пп. 163.1.3 п. 163.1 ст. 163 ПКУ).

Згідно з пп. 14.1.55 п. 14.1 ст. 14 ПКУ дохід, отриманий з джерел за межами України, – це будь-який дохід, отриманий резидентами за межами митної території України, зокрема у вигляді спадщини.

Під час нарахування (отримання) доходів, отриманих у вигляді валютних цінностей або інших активів (вартість яких виражена в іноземній валюті або міжнародних розрахункових одиницях), такі доходи пе-

рераховуються у гривні за валютним курсом Національного банку України, що діє на момент нарахування (отримання) таких доходів (п. 164.4 ст. 164 ПКУ).

Порядок оподаткування іноземних доходів передбачено п. 170.11 ст. 170 ПКУ, пп. 170.11.1 якого визначено, у разі якщо джерело виплат будь-яких оподатковуваних доходів є іноземним, сума такого доходу включається до загального річного оподаткованого доходу платника податку – отримувача, який зобов'язаний подати річну податкову декларацію, та оподатковується за ставкою 18 %, визначеною п. 167.1 ст. 167 ПКУ.

Абзацом першим пп. 170.11.2 п. 170.11 ст. 170 ПКУ встановлено, що у разі якщо згідно з нормами міжнародних договорів, згода на обов'язковість яких надана Верховною Радою України, платник податку може зменшити суму річного податкового зобов'язання на суму податків, сплачених за кордоном, він визначає суму такого зменшення за зазначеними підставами у річній податковій декларації.

Відповідно до п. 13.4 ст. 13 ПКУ суми податків та зборів, сплачені за межами України, зараховуються під час розрахунку податків та зборів в Україні за правилами, встановленими Кодексом.

Для отримання права на зарахування податків та зборів, сплачених за межами України, платник зобов'язаний отримати від державного органу країни, де отримується такий дохід (прибуток), уповноваженого справляти такий податок, довідку про суму сплаченого податку та збору, а також про базу та/або об'єкт оподаткування. Зазначена довідка підлягає легалізації у відповідній країні, відповідній закордонній дипломатичній установі України, якщо інше не передбачено чинними міжнародними договорами України (п. 13.5 ст. 13 ПКУ).

Також доходи, визначені ст. 163 ПКУ, є об'єктом оподаткування військовим збором (пп. 1.2 п. 16 1 підрозділу 10 розділу XX Перехідних положень ПКУ).

Ставка військового збору становить 1,5 % об'єкта оподаткування, визначеного пп. 1.2 п. 16 1 підрозділу 10 розділу XX Перехідних положень ПКУ (пп. 1.3 п. 16 1 підрозділу 10 розділу XX Перехідних положень ПКУ).

АКЦИЗНИЙ ПОДАТОК

1. Акцизний податок - зміни з 1 січня 2018 р.

Офіс великих платників податків інформує, що Законом України «Про внесення змін до Податкового кодексу України та деяких законодавчих актів України щодо забезпечення збалансованості бюджетних надходжень у 2018 році» від 7.12.2017 р. №2245-VIII, внесені наступні зміни до акцизного податку:

- змінено імперативне зобов'язання норми п. 4 розділу XIX Податкового кодексу України від 2.12.2010р. №2755-VI щодо необхідності щорічного подання КМУ законопроекту про збільшення ставок акцизного податку, визначених в абсолютних величинах, на подання такого законопроекту у разі необхідності;

- по алкогольним напоям проведено планове вирівнювання пільгової ставки на коньяк до ставки на

Отже, дохід, отриманий фізичною особою – резидентом з джерел за межами України у вигляді спадщини, включається такою особою до загального річного оподаткованого доходу фізичної особи як іноземний дохід та оподатковується податком на доходи фізичних осіб і військовим збором на загальних підставах.

9. З нового року декларація про майновий стан і доходи подається за новою формою

Зміни до форми податкової декларації про майновий стан і доходи (далі - Декларація) та інструкції щодо її заповнення внесено наказом Міністерства фінансів України «Про внесення змін до наказу Міністерства фінансів України від 02 жовтня 2015 року №859» від 06.06.2017р. №556 (далі – Наказ №556).

Цей наказ набрав чинності 31.12.2017 р.

Починаючи з 1.01.2018 р., Декларація подається за новою формою в один із таких способів на вибір платника податку:

- особисто платником податку або уповноваженою на це особою;

- надсилається поштою з повідомленням про вручення та з описом вкладення;

- засобами електронного зв'язку в електронній формі із застосуванням електронного цифрового підпису.

- Декларації подаються за звітний (податковий) період, що дорівнює:

- календарному року для платників податку на доходи фізичних осіб – до 1 травня року, що настає за звітним;

- календарному року для платників податку на доходи фізичних осіб-підприємців – протягом 40 календарних днів, що настають за останнім календарним днем звітного (податкового) року;

- календарному кварталу – протягом 40 календарних днів, що настають за останнім календарним днем звітного (податкового) кварталу.

Якщо останній день строку подання декларації припадає на вихідний або святковий день, то останнім днем строку вважається операційний (банківський) день, що настає за вихідним або святковим днем.

інші спиртові дистилати (загальне збільшення на 12 %);

- уточнено формулювання норми щодо оподаткування акцизним податком за зниженою ставкою зброджених напоїв, одержаних виключно в результаті природного (натурального) бродіння фруктових, ягідних та фруктово-ягідних соків, з вмістом спирту етилового не більше 8,5 % об'ємних одиниць (без додання спирту) задля можливості застосування такої зниженої ставки також для сумішей таких зброджених напоїв та сумішей таких зброджених напоїв з безалкогольними напоями з вмістом спирту не більше 8,5 % об'ємних одиниць (без додання спирту);

- виключено з підакцизних товарів «Квас живого бродіння» (код 2206 згідно УКТ ЗЕД);

- по тютюновим виробам встановлено графік збільшення специфічних ставок акцизного податку і мінімального акцизного податкового зобов'язання зі сплати акцизного податку з тютюнових виробів у 2018 р. (з урахуванням попередньої індексації загалом на 29,7%), та у подальшому до 2025 р. на 20 % щорічно до досягнення мінімального стандарту ЄС (90 євро за 1000 штук);

- з 1 січня 2026 р. запроваджено визначення середньозваженої роздрібною вартості сигарет та загальної суми податкових зобов'язань з акцизного податку на сигарети, а також встановлено порядок визначення частка загальної суми податкових зобов'язань з акцизного податку у середньозваженій роздрібній ціні (60 % від вартості) продажу сигарет;

- з 1 липня 2018 р. введені окремі марки акцизного податку на інші тютюнові вироби (сигарили);

- перенесено на рік (з 1 січня 2019 р.) строк обов'язкового використання витратомірів-лічильників та / або рівномірів-лічильників на акцизних складах та одночасно з цієї дати запроваджено відповідальність за не обладнання витратомірами-лічильниками та/або рівномірами-лічильниками акцизних складів, на яких здійснюється виробництво, оброблення (перероблення), змішування, навантаження-розвантаження, зберігання пального та / або відпуск такого пального без використання витратомірів-лічильників та/або рівномірів-лічильників;

- звільнено від оподаткування акцизним податком операції з передачі в межах одного підприємства підакцизної сировини для виробництва не підакцизного бензолу;

- розширено перелік нафтопродуктів, що можуть бути ввезені в якості сировини для виробництва етилену за нульовою ставкою та застосування вексельної форми контролю за цільового використанням пального;

- збільшена кількість випадків застосування нульової ставки акцизного податку при використанні речовин в якості компонентів для виробництва моторних палив;

- передбачена можливість використання засобів електронного зв'язку для передання копії податкового векселя при митному оформленні речовин, що використовуються як компоненти моторних палив та ввозяться на митну територію України з метою використання в хімічній промисловості;

- до 31 грудня 2018 р. звільняються від оподаткування акцизним податком операції з ввезення на митну територію України та реалізації на митній терито-

рії України виключно електромобілів (у тому числі вироблених в Україні).

2. Новації для виробників та реалізаторів пального

Офіс великих платників податків ДФС повідомляє, що 1.01.2018р. набрала чинності Постанова Кабінету Міністрів України від 22.11.2017 р. № 891, якою затверджено Порядок ведення Єдиного державного реєстру витратомірів-лічильників та рівномірів – лічильників рівня пального у резервуарі, передачі облікових даних з них електронними засобами зв'язку (далі – Порядок).

Крім того, згідно з п.12 підрозділу 5 розділу ХХ «Перехідні положення» Податкового кодексу України від 2.12.2010р. №2755-VI зі змінами та доповненнями (далі – ПКУ) норми п.230.1 ст.230 ПКУ щодо обладнання акцизних складів, на території яких здійснюється виробництво, оброблення (перероблення), змішування, навантаження-розвантаження, зберігання пального, витратомірами-лічильниками та рівномірами-лічильниками застосовуються з 1 січня 2018 р..

Порядком передбачено створення багатофункціональної системи контролю з автоматизованого збору інформації щодо виробництва та реалізації пального, відстеження в режимі он-лайн наявності пального у резервуарах, перерахунку його залишків та надлишків, установлення динамічних відхилень його залишків та інших параметрів отримання та відпуску пального.

Відповідно до Порядку адміністратором та держателем Єдиного державного реєстру витратомірів-лічильників та рівномірів-лічильників рівня пального у резервуарі, передачі облікових даних з них електронними засобами зв'язку (далі – Реєстр) є ДФС України.

Інформацію до Реєстру вносять виробники та реалізатори пального за допомогою спеціального програмного продукту, розробленого ДФС України.

Порядком також встановлено порядок подання суб'єктами господарювання інформації до Реєстру та можливість її коригування.

Звертаємо увагу, що згідно інформації, розміщеної на офіційному сайті Верховної Ради України, зареєстровано «Проект Закону про внесення змін до Податкового кодексу України щодо забезпечення збалансованості бюджетних надходжень у 2018 році» від 14.11.2017 р. за № 6776-д, згідно з яким в остаточній редакції запропоновано внести зміни до п. 12 підрозділу 5 розділу ХХ «Перехідні положення» ПКУ, а саме: цифри «2018» замінити цифрами «2019».

ІНШІ ЗМІНИ В ЗАКОНОДАВСТВІ

1. Змінено критерії визначення великих платників податків

Відповідно до змін, внесених до Податкового кодексу України від 2.12.2010р. №2755-VI Законом України «Про внесення змін до Податкового кодексу України та деяких законодавчих актів України щодо забезпечення збалансованості бюджетних надходжень у 2018 році» від 7.12.2017 р. №2245-VIII, з 1.01.2018 р. змінено критерії належності платника податків до категорії великих платників податків, – з 1

січня 2018 р. до цієї категорії відноситимуться платники податків, обсяг доходу яких від усіх видів діяльності за останні чотири послідовні податкові (звітні) квартали перевищує еквівалент 50 мільйонів євро, визначений за середньозваженим офіційним курсом Національного банку України за той самий період, або загальна сума податків, зборів, платежів, сплачених до Державного бюджету України, контроль за справлянням яких покладено на контролюючі органи, за такий самий період перевищує еквівалент 1 міль-

йона євро, визначений за середньозваженим офіційним курсом Національного банку України за той самий період, у разі якщо сума таких податків, зборів, платежів, крім митних платежів, перевищує еквівалент 500 тисяч євро.

Крім того, запроваджено облік великих платників податків за неосновним місцем обліку у контролюючому органі, що здійснює супроводження великих платників податків або його територіальних підрозділах щодо наявних в межах населеного пункту за місцезнаходженням контролюючого органу, що здійснює супроводження великих платників податків, або його територіальних підрозділів, об'єктів оподаткування або об'єктів, які пов'язані з оподаткуванням або через які провадиться діяльність такого великого платника податків.

2. Нововведення до спрощеної системи оподаткування з 01.01.2018р.

1.01.2018 р. набрав чинності Закон України «Про внесення змін до Податкового кодексу України та деяких законодавчих актів України щодо забезпечення збалансованості бюджетних надходжень у 2018 році» від 7.12.2017р. № 2245-VIII, яким внесено зміни до Податкового кодексу України від 02.12.2010 № 2755-VI із змінами і доповненнями (далі – ПКУ), зокрема у частині оподаткування на спрощеній системі, а саме:

- запроваджено нарахування та сплату податку з доходів нерезидента у порядку, розмірі та у строки, встановлені розділом III ПКУ, платниками єдиного податку, які здійснюють на користь нерезидента – юридичної особи або уповноваженої ним особи (крім постійного представництва на території України) будь-які виплати з доходів із джерелом їх походження з України;

- встановлено, що індекс споживчих цін за 2017 рік, що використовується для визначення величини коефіцієнта індексації нормативної грошової оцінки сільськогосподарських угідь (ріллі, сіножатей, пасовищ і багаторічних насаджень) та/або земель водного фонду (внутрішніх водойм, озер, ставків, водосховищ) для цілей оподаткування єдиним податком четвертої групи, застосовується із значенням 100%.

3. Перереєстрація розрахункових книжок: причини та терміни

Згідно п. 1 гл. 1 розділу III Порядку реєстрації та ведення розрахункових книжок, книг обліку розрахункових операцій, затвердженого наказом Міністерства фінансів України від 14.06.2016 р. № 547 (далі – Порядок), реєстрація розрахункових книжок (далі – РК) здійснюється в контролюючому органі за місцем реєстрації книги обліку розрахункових операцій (далі – книга ОРО).

Реєстрація першої розрахункової книжки в контролюючому органі відбувається одночасно з реєстрацією книги ОРО на окрему господарську одиницю або на ПРО, другої та наступних – на підставі реєстраційної заяви (п. 4 гл. 1 розділу III Порядку).

Перереєстрація РК здійснюється в порядку, визначеному п. 1 глави 2 розділу II Порядку, при перереєстрації суб'єктом господарювання книги ОРО на

окрему господарську одиницю або перереєстрації реєстратора розрахункових операцій.

Згідно з п. 1 гл. 2 розділу II Порядку при зміні даних щодо суб'єкта господарювання, які зазначаються у РК (податковий номер або серія та номер паспорта для фізичних осіб, які через релігійні переконання відмовились від прийняття реєстраційного номера облікової картки платника податків та мають відмітку в паспорті, найменування (прізвище, ім'я, по батькові)), адреси та/або назви господарської одиниці, а також при встановленні розбіжностей чи помилок у записях реєстраційної сторінки РК суб'єкт господарювання здійснює перереєстрацію РК.

Для цього не пізніше п'яти робочих днів з дня виникнення підстав для перереєстрації суб'єкт господарювання подає до контролюючого органу за місцем реєстрації книги ОРО реєстраційну заяву з позначкою «Перереєстрація» із зазначенням причини перереєстрації та РК, яка підлягає перереєстрації.

Посадова особа контролюючого органу не пізніше двох робочих днів з дня подання реєстраційної заяви проводить перереєстрацію РК шляхом внесення змін до інформаційної системи ДФС та здійснення відповідних записів на реєстраційній сторінці РК.

Усі доповнення або виправлення на реєстраційній сторінці РК засвідчуються підписом посадової особи контролюючого органу, яка здійснила перереєстрацію, та печаткою контролюючого органу.

4. Новації в рентній платі з січня 2018 р.

Офіс великих платників податків інформує, що Законом України «Про внесення змін до Податкового кодексу України та деяких законодавчих актів України щодо забезпечення збалансованості бюджетних надходжень у 2018 році» від 7.12.2017 р. № 2245-VIII, внесені наступні зміни до рентної плати:

- збільшено ставки з рентної плати за користувачня надрами в цілях, не пов'язаних з видобуванням корисних копалин, рентної плати за спеціальне використання води та рентної плати за спеціальне використання лісових ресурсів;

- запроваджено ставки рентної плати на видобуток природного газу із нових свердловин з покладів, які повністю або частково залягають на глибині до/понад 5000 метрів (крім природного газу, видобутого під час виконання договорів про спільну діяльність) у розмірі 12 % та 6 % відповідно;

- доповнено перелік, що не належить до об'єктів оподаткування рентною платою за користування надрами для видобування корисних копалин, обсягами газу (метану) дегазації вугільних родовищ, який не відповідає вимогам до якості природного газу, призначеного для транспортування, промислового або комунально-побутового споживання.

Також з 1.01.2018р. набули чинності зміни у частині зменшення кола платників рентної плати за спеціальне використання води та порядку нарахування податкових зобов'язань з рентної плати за спеціальне використання води передбачені п. 110 розділу I Закону України «Про внесення змін до Податкового кодексу України щодо покращення інвестиційного клімату в Україні» від 21.12.2016 р. № 1797-VIII внесено зміни до ст. 255 Кодексу.

5. Плата за землю - зміни з 1 січня 2018 р.

Офіс великих платників податків інформує, що Законом України «Про внесення змін до Податкового кодексу України та деяких законодавчих актів України щодо забезпечення збалансованості бюджетних надходжень у 2018 році» від 7.12.2017 р. № 2245-VIII, внесені наступні зміни по платі за землю:

а) річна сума орендної плати за землі державної та комунальної власності не може бути меншою за розмір земельного податку;

б) для земельних ділянок, нормативну грошову оцінку яких проведено, – у розмірі не більше 3% їх нормативної грошової оцінки, для земель загального користування – не більше 1% їх нормативної грошової оцінки, для сільськогосподарських угідь – не менше 0,3% та не більше 1% їх нормативної грошової оцінки;

- для земельних ділянок, нормативну грошову оцінку яких не проведено, – у розмірі не більше 5 % нормативної грошової оцінки одиниці площі ріллі по Автономній Республіці Крим або по області, для сільськогосподарських угідь – не менше 0,3 % та не більше 5 % нормативної грошової оцінки одиниці площі ріллі по Автономній Республіці Крим або по області;

- при визначенні бази оподаткування земельним податком коефіцієнт індексації нормативної грошової оцінки за 2018 р. застосовується із значенням 1;

- встановлена фіксована ставка земельного податку для земель залізниць в межах смуг відведення та гірничодобувних підприємств для видобування корисних копалин та розробки родовищ корисних копалин у розмірі 25 % податку;

- звільнення від сплати податку за земельні ділянки, передбачене для інвалідів I та II груп, поширюється на земельні ділянки за кожним видом використання у межах граничних норм;

- звільнено від відповідальності фізичних осіб за несвоєчасну сплату земельного податку, якщо податковий орган у визначеній Податковим кодексом строк не направив фізичній особі повідомлення-рішення на сплату;

- до 1 лютого 2018 р. центральний орган виконавчої влади, що реалізує державну політику у сфері земельних відносин, направляє в електронній формі інформацію про нормативну грошову оцінку земельних ділянок, яка проведена станом на зазначену дату, до центрального органу виконавчої влади, що реалізує державну податкову політику;

- не пізніше 15 липня поточного року ДФС зобов'язана оприлюднювати на своєму офіційному веб-сайті зведену інформацію про нормативну грошову оцінку земель, яку проведено.

- встановлено нові строки сплати єдиного внеску для фізичних осіб-підприємців, які застосовують загальну систему оподаткування, осіб, які провадять незалежну професійну діяльність та членів фермерського господарства. З 1.01.2018 р. вказані категорії зобов'язані сплачувати єдиний внесок, нарахований за календарний квартал до 20 числа місяця, що настає за кварталом, за який сплачується такий внесок.

6. Ставки екологічного податку збільшено на 11,2 %

Офіс великих платників податків інформує, що Державною фіскальною службою України листом «Про адміністрування у 2018 році екологічного податку» від 5.01.2018р. №466/7/99-99-12-03-04-17 надано роз'яснення щодо адміністрування у 2018 р. екологічного податку у зв'язку з прийняттям Закону України «Про внесення змін до Податкового кодексу України та деяких законодавчих актів України щодо забезпечення збалансованості бюджетних надходжень у 2018 році» від 07.12.2017р. №2245-VIII (далі – Закон № 2245), яким внесені зміни до Податкового кодексу України від 2.12.2010 р. №2755-VI (далі – ПКУ).

Зокрема пунктами 39–43 розділу I Закону № 2245, які набрали чинності з 1.01.2018 р., викладені у нових розмірах і порівняно з діючими у 2017 р. збільшені на 11,2 % ставки екологічного податку (далі – Податок), а саме:

- за викиди в атмосферне повітря окремих забруднюючих речовин стаціонарними джерелами забруднення;

- за викиди в атмосферне повітря стаціонарними джерелами забруднення забруднюючих речовин (сполук), які не увійшли до п. 243.1 цієї статті та на які встановлено клас небезпечності;

- для забруднюючих речовин (сполук), які не увійшли до п. 243.1 цієї статті та на які не встановлено клас небезпечності (крім двоокису вуглецю), ставки Податку застосовуються залежно від установлених орієнтовно безпечних рівнів впливу таких речовин (сполук) в атмосферному повітрі населених пунктів;

- за викиди двоокису вуглецю;

- за скиди окремих забруднюючих речовин у водні об'єкти;

- за розміщення відходів у спеціально відведених для цього місцях чи на об'єктах;

- за утворення радіоактивних відходів (включаючи вже накопичені);

- за тимчасове зберігання радіоактивних відходів їх виробниками понад установлений особливими умовами ліцензії строк.

Платники Податку складають податкові декларації за формою, затвердженою наказом Міністерства фінансів України від 17.08.2015 р. № 715, зареєстрованим у Міністерстві юстиції України 3.09.2015 р. за № 1052/27497 (далі – Декларація), та подають їх протягом 40 календарних днів, що настають за останнім календарним днем податкового (звітного) кварталу, до контролюючих органів та сплачують Податок протягом 10 календарних днів, що настають за останнім днем граничного строку подання податкової декларації.

Платники Податку перераховують суми Податку, що справляється за викиди, скиди забруднюючих речовин та розміщення відходів, одним платіжним дорученням на рахунки, відкриті в органах, що здійснюють казначейське обслуговування бюджетних коштів, які забезпечують розподіл цих коштів у співвідношенні, визначеному Бюджетним кодексом України (із змінами внесеними Законом України «Про

внесення змін до Бюджетного кодексу України» від 7.12.2017 р. №2233-VIII:

45 % – до загального фонду державного бюджету (крім Податку, що справляється за утворення радіоактивних відходів (включаючи вже накопичені) та/або тимчасове зберігання радіоактивних відходів їх виробниками понад встановлений особливими умовами ліцензії строк) (далі – Податок, що справляється за утворення радіоактивних відходів);

55 % – до спеціального фонду місцевих бюджетів (крім Податку, що справляється за утворення радіоактивних відходів), у тому числі:

а) до сільських, селищних, міських бюджетів, бюджетів об'єднаних територіальних громад, що створюються згідно із законом та перспективним планом формування територій громад, – 25 %;

б) обласних бюджетів та бюджету Автономної Республіки Крим – 30 %;

в) бюджетів міст Києва та Севастополя – 55 %.

Податок, що справляється за утворення радіоактивних відходів, на підставі ст. 10 та п. 6 ст. 11 Закону України «Про Державний бюджет України на 2018 рік» від 7.12.2017 р. № 2246-VIII, зараховується по 50 % до загального фонду державного бюджету та спеціального фонду державного бюджету. За рішенням платника податку сума Податку може сплачуватися щомісяця в розмірі однієї третьої частини планового обсягу за квартал із перерахунком за результатами базового податкового (звітного) періоду.

7. Як розраховується податок на нерухомість в 2018 р.?

Нагадаємо, у 2018 р. податок на нерухомість нараховуватиметься фізичним особам-власникам об'єктів нерухомості за звітний 2017 р.. Так, пп. 266.5.1 Податкового кодексу України від 2.12.2010 р. № 2755-VI (далі – ПКУ) передбачено, що ставки податку для об'єктів житлової та/або нежитлової нерухомості, що перебувають у власності фізичних та юридичних осіб, встановлюються за рішенням сільської, селищної, міської ради або ради об'єднаних територіальних громад, що створені згідно із законом та перспективним планом формування територій громад, залежно від місця розташування (зональності) та типів таких об'єктів нерухомості у розмірі, що не перевищує 1,5 % розміру мінімальної заробітної плати, встановленої законом на 1 січня звітного (податкового) року, за 1 м² бази оподаткування.

Мінімальна заробітна плата на 1.01.2017р. визначена у розмірі 3 200,00 грн. Отже, граничний розмір ставок, передбачений для розрахунку податку в 2018 р. за звітний 2017 р., не повинен перевищувати 1,5 %, або 48,00 грн. за 1 м² бази оподаткування.

Податкові повідомлення-рішення про сплату сум податку, обчисленого згідно з пп. 266.7.1 ст. 266 ПКУ, та відповідні платіжні реквізити, зокрема, органів місцевого самоврядування за місцезнаходженням кожного з об'єктів житлової та/або нежитлової нерухомості, надсилаються (вручаються) платнику податку контролюючим органом за місцем його податкової адреси (місцем реєстрації) до 1 липня року, що настає за базовим податковим (звітним) періодом (роком). Підпунктом 266.4.1 п. 266.4 ст. 266 ПКУ визначено, що база оподаткування об'єкта/об'єктів житлової нерухомості, в тому числі їх часток, що перебувають у власності фізичної особи платника податку на нерухоме майно, відмінне від земельної ділянки, зменшується:

- для квартири/квартир незалежно від їх кількості - на 60 кв. метрів;
- для житлового будинку/будинків незалежно від їх кількості – на 120 кв. метрів;
- для різних типів об'єктів житлової нерухомості, в тому числі їх часток (у разі одночасного перебування у власності платника податку квартири/квартир та житлового будинку/будинків, у тому числі їх часток), - на 180 кв. метрів.

Також, сільські, селищні, міські ради та ради об'єднаних територіальних громад, що створені згідно із законом та перспективним планом формування територій громад, встановлюють пільги з податку, що сплачується на відповідній території, з об'єктів житлової та/або нежитлової нерухомості, що перебувають у власності фізичних або юридичних осіб, громадських об'єднань, благодійних організацій, релігійних організацій України, статuti (положення) яких зареєстровані у встановленому законом порядку, та використовуються для забезпечення діяльності, передбаченої такими статутами (положеннями) (пп. 266.4.2 п. 266.4 ст. 266 ПКУ). Водночас, пп. 266.4.3 п. 266.4 ст. 266 ПКУ встановлено, що пільги з податку, передбачені пп. 266.4.1 та 266.4.2 п. 266.4 ст. 266 ПКУ, для фізичних осіб не застосовуються до об'єкта/об'єктів оподаткування, що використовуються їх власниками з метою одержання доходів (здаються в оренду, лізинг, позичку, використовуються у підприємницькій діяльності).

СПРОСТУВАННЯ ПЛАГІАТУ

У журналі "Економіка. Фінанси. Право", №10 за 2017 р. (С. 56-60) був опублікований огляд "Обережно – плагіат!". Редакція журналу отримала лист-відповідь.

Голові правління
Аудиторської фірми «Аналітик»
к.ю.н. Головачу В. В.
м. Київ, вул. Хрещатик, 44

Шановний Володимире Володимировичу!

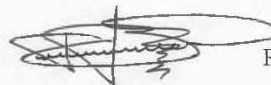
Ознайомившись з публікацією у журналі «Економіка. Фінанси. Право» № 10 за 2017 рік (с. 56-60) хотів би зазначити наступне:

по-перше, стаття «Пошук універсального визначення поняття аудиту», яка опублікована у Віснику Львівської комерційної академії випуск 48 за 2015 рік, в яку мене було включено співавтором спричинила Вам негативні емоції, що справедливо, тому прошу Вашого вибачення;

по-друге, продовжуючи протягом тривалого часу науково-методичну співпрацю з доц. Душко З. О. нами було обговорено написання спільної статті щодо сутності аудиту, до якої мною було окреслено актуальність, проблеми та завдання статті. На час написання, із Вашою статтею «Поняття аудиту» опублікованою у науково-практичному журналі «Бухгалтерський облік, аналіз та аудит» у № 2 за 2012 рік (с. 53-57), ознайомлений не був. Щодо нашої статті, то варіант поданий до друку, не викликав жодної недовіри, оскільки попередня співпраця з більш досвідченим колегою, не давала таких підстав, наукові здобутки, якої без сумніву є досить значними, що підтверджує посилання Вами у статті «Поняття аудиту» на спільну працю доц. Душко З. О. з проф. Усачем Б. Ф. (Організація і методика аудиту, 2006 р.);

по-третє, враховуючи вище зазначене, відкликаю своє співавторство із статті «Пошук універсального визначення поняття аудиту», що опублікована у Віснику Львівської комерційної академії випуск 48 за 2015 рік.

З повагою,
доцент кафедри аудиту,
аналізу та оподаткування
Львівського торговельно-
економічного університету



Р. Бойко

т.: 0982697979
e-mail: rboy@ukr.net

АНАЛІТИЧНИЙ ОГЛЯД СТАТТІ
"AUDITOR REPORTING STANDARDS IMPLEMENTATION: KEY AUDIT MATTERS"
("РЕАЛІЗАЦІЯ СТАНДАРТІВ ЗВІТНОСТІ АУДИТОРІВ: КЛЮЧОВІ ПИТАННЯ АУДИТУ")

Автори статті:

Крістофер Арнольд, керівник дослідження МСП, МФБ;

Доун МакГічі, директор Професійної корпорації Colby McGeachy

Статтю опубліковано 13 грудня 2017 року на офіційній сайті Міжнародної федерації бухгалтерів (<http://www.ifac.org>).

У даній статті йде мова про нові та переглянуті стандарти аудиторської звітності, що видані і січні 2015 р.. Ці стандарти діють для аудиту фінансової звітності за періодами, що закінчуються 15 грудня 2016 р. або після цієї дати.

Ключові питання аудиту

Однією з суттєвих змін із стандартами аудиторської звітності є новий Міжнародний стандарт аудиту (МСА) 701, який повідомляє про ключові питання аудиту (КПА) в звіті незалежних аудиторів. МСА застосовується як до аудиту фінансової звітності суб'єктів, передбачених у переліку, так і в тих випадках, коли аудитор самостійно вирішує повідомити ключові питання аудиту у звіті аудитора. Ця МСА також застосовується, коли аудитор зобов'язаний повідомляти про КПА у звіті аудитора відповідно до закону чи нормативних актів. Таким чином, це може бути актуальним для підприємств різного розміру та напряму, у тому числі для малих та середніх підприємств (МСП).

Стандарт призначений для визначення тих аудиторських суджень, які аудитор має повідомляти у звіті аудитора, а також форму та зміст такого повідомлення. Метою висвітлення КПА є підвищення інформативності звіту аудитора шляхом забезпечення більшої прозорості щодо проведеної аудиторської перевірки.

КПА визначаються як "ті питання, які, за професійним судженням аудитора, були найбільш важливими при проведенні аудиту фінансових звітів поточного періоду. Ключові питання аудиту вибираються з питань, з які повідомляються особам, відповідальним за управління."

При визначенні КПА аудитор враховує:

(а) ділянки, які мають підвищений ступінь ризику суттєвого викривлення або мають значні ризики, визначені відповідно до МСА 315 (переглянутого);;

(б) суттєві аудиторські судження, що стосуються елементів фінансової звітності, які передбачають суттєве судження керівництва, включаючи облікові оцінки, які були визначені як такі, що мають високий рівень невизначеності попереднього оцінювання; і

(в) вплив на аудит значних подій або операцій, що відбулися протягом періоду.

Опис кожного КПА у звітності аудитора включає в себе посилання на відповідні розкриття інформації

(якщо такі є) у фінансовій звітності та примітку щодо наступного:

(а) чому це питання було визнано одним з найважливіших у проведенні аудиту і, таким чином, було визнано ключовим питанням аудиту; і

(б) як це питання було розглянуто під час аудиту.

Ідентифікація КПА

При ідентифікації та формуванні КПА важливо мати на увазі наступне:

1) пам'ятати про коло користувачів аудиторського звіту;

2) своєчасно залучати до обговорення осіб, відповідальних за управління;

3) у випадку аудиту групи важливе значення має ефективна комунікація між аудиторами групи та аудиторами компонентів щодо КПА;

4) вимоги МСА 220 щодо проведення відповідної консультації із складних чи суперечливих питань, зокрема, з контролером якості

5) важливість фіксування КПА у робочих документах, зокрема те, як були розглянуті ці КПА.

Робоча група з впровадження аудиторських звітів РМСАНВ

РМСАНВ створила Робочу групу з впровадження аудиторських звітів з метою підвищення обізнаності, розуміння та підтримки нових стандартів аудиторського звіту.

У статті наводяться приклади досвіду різних країн щодо запровадження розширених стандартів до аудиторського висновку (Великобританія, Австралія, Німеччина, Польща, Південна Африка, Швейцарія, Нова Зеландія тощо). Наводяться приклади встановлення окремими країнами додаткових вимоги до звітування аудиторів, які виходять за рамки вимог МСА (Велика Британія, Південна Африка та Нова Зеландія).

Звертається увага на Регламент ЄС 537/2014, який застосовується до аудиторських перевірок суб'єктів суспільного інтересу. Він вимагає здійснення опису найбільш значних оцінених ризиків суттєвого викривлення, а також результатів дій аудитора у відповідь на ці ризики та, де це доречно, основні спостереження, що виникають з цих ризиків, та посилання на розкриття інформації у фінансовій звітності.

Наводяться посилання на низку публікацій РМСАНВ щодо підтримки реалізації стандартів звітності аудиторів.

У 2015 р. Institut der Wirtschaftsprüfer (IDW) у Німеччині опублікував «Аналіз аудиторських звітів стосовно ключових питань аудитора (КПА) у Великобританії та Нідерландах» («Analysis of Auditor Reporting on Key Audit Matters (KAM) in the UK and the Netherlands»), який включала ряд аудиторських звітів від «Великої четвірки».

Додатково наводиться перелік посилань на загальнодоступні звіти аудитора, що включають КПА, зокрема, з малих та середніх середніх підприємств.

Огляд виконала:
редактор журналу "Економіка. Фінанси. Право",
Анна Туманян

Аудиторська фірма «Аналітик» пропонує аутсорсинг бухгалтерських послуг!

Аутсорсинг бухгалтерського обліку – це передача ведення бухгалтерського обліку сторонній фірмі.

Які ж переваги аутсорсингу бухгалтерських послуг?

1. **Значна (!) економія коштів** на ведення бухобліку:

- економія за бухгалтерські послуги, за які **Ви нам платитимете принаймні на 1000 гривень менше, ніж штатному бухгалтеру;**
- економія на програмне забезпечення (1С, Медок, Ліга Закон тощо);
- економія на утримання офісу, комп'ютерної техніки.

2. Відтепер податкові та інші інспекції – це наші проблеми!

Ми беремо на себе повну матеріальну відповідальність за якість наданих бухгалтерських послуг, включаючи можливі санкції.

3. З нами Ви можете забути про головний біль з постійними пошуками бухгалтера, який у будь-який час може піти від Вас на іншу роботу.

4. Ми не йдемо у відпустку та не беремо лікарняний. Наша фірма справді гарантує безперервне та якісне ведення бухгалтерського обліку.

І нарешті – з нами Ви не тільки отримаєте якісні бухгалтерські послуги. За додатковою домовленістю ми забезпечимо Вас необхідними податковими, юридичними консультаціями, аудиторськими послугами різного характеру.

Все що Вам потрібно – це:

- періодично передавати нам первинну бухгалтерську документацію;
- щомісячно отримувати від нас інформацію про податки та інші обов'язкові платежі;
- укласти із нами договір.

Зробіть вибір, вигідний для Вас!

(044)278-05-88

(097)178-90-89

(066)178-20-42

www.af-analitik.com.ua