

**III Всеукраїнська науково-практична інтернет-конференція
«АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ОБЛІКУ, АНАЛІЗУ ТА
КОНТРОЛЮ В СОЦІАЛЬНО-ОРІЄНТОВАНІЙ СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ
ПІДПРИЄМСТВОМ»**

здібностей; гнучкість; винагорода; мотивація співробітників; інвестиції в розвиток персоналу.

Список використаних джерел:

1. Батюк Б. Б., Гіряк К. М. Управління персоналом: навч. пос. Львів : СПОЛОМ, 2014. 194 с.
2. Крушельницька О. В., Мельничук Д. Л. Управління персоналом : навч. посібник. К. : Кондор, 2003. 296 с.
3. Чмутова І. М., Тисячна Ю. С. Теоретико-методичне забезпечення управління процесами відтворення у банку. Бізнесінформ. 2013. № 1. С. 287-292.

Павловська Т. С.,

здобувач вищої освіти СВО – бакалавр,
спеціальність 071 Облік і оподаткування,
Науковий керівник – **Єгорова О. В.**, к.е.н, доцент, доцент кафедри
економічної теорії та економічних досліджень,
Полтавська державна аграрна академія, м. Полтава

**ЧИННИКИ ФОРМУВАННЯ ДОХОДУ (ВИРУЧКИ)
ВІД РЕАЛІЗАЦІЇ ПРОДУКЦІЇ (ТОВАРІВ) ПІДПРИЄМСТВА**

Діяльність будь-якого підприємства направлена на отримання прибутку, що забезпечує для нього можливість не лише продовжувати функціонувати на попередньому рівні, а й розширювати виробництво, розвиватися. Отримання прибутку базується на отриманні доходів.

Поняття доходу неодноразово змінювалось разом із розвитком економічної теорії. На сьогодні дане поняття має широке коло визначень, Попович О. В. та Діденко Н. Ю. аналізують тлумачення цієї економічної категорії в науковій літературі різних історичних періодів й узагальнюють їх, визначаючи, що «економічна суть доходів полягає у відшкодуванні витрат на ведення діяльності й отримання відповідної суми прибутку, яка забезпечує досягнення стратегічної мети підприємства – приріст власного капіталу» [2, с. 978].

Основним джерелом доходу є основна діяльність, якою у багатьох підприємств є реалізація продукції, товарів чи послуг. А отже, найбільший вплив на дохід підприємства мають фактори, які впливають на виручку від реалізації його продукції. Сафарова А. Т. та Ковальчук І. Р. зазначають, що «дохід від реалізації готової продукції безпосередньо впливає на фінансовий результат, який є узагальнюючим показником роботи підприємства» [3, с. 155].

Серед чинників, що формують суму доходу (виручки) від реалізації продукції (товарів), перш за все, варто згадати про такі визначальні фактори як

III Всеукраїнська науково-практична інтернет-конференція
«АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ОБЛІКУ, АНАЛІЗУ ТА
КОНТРОЛЮ В СОЦІАЛЬНО-ОРІЄНТОВАНІЙ СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ
ПІДПРИЄМСТВОМ»

кількість продукції та її ціну. І якщо кількість продукції, яку підприємство реалізує, обмежується лише його можливостями до виробництва, то ціна є більш неоднозначним фактором, оскільки її рівень формується з багатьох компонентів та може як стимулювати так і скорочувати доходи.

На рис. 1 представлено схему класифікації факторів, що впливають на дохід (виручку) від реалізації продукції за ступенем їх залежності від діяльності підприємства.

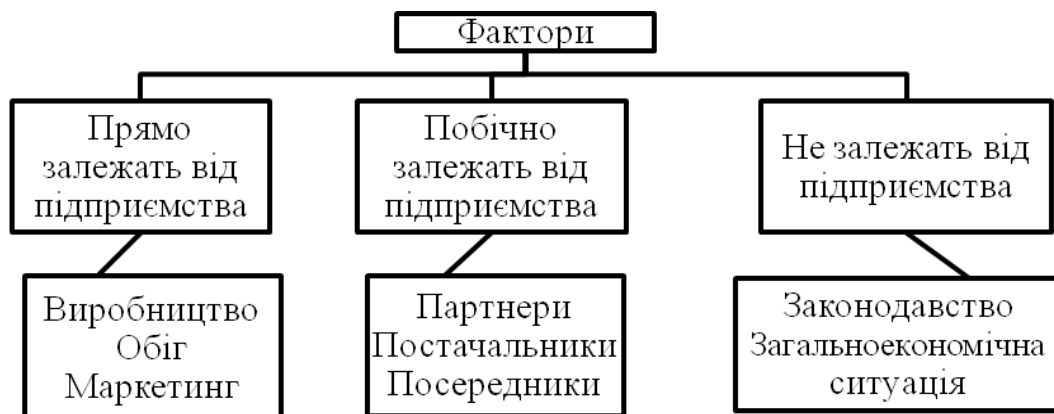


Рис. 1. Класифікація факторів, що впливають на дохід (виручку) від реалізації продукції підприємства [авторська розробка]

До першої групи відносяться фактори, на які підприємство може впливати безпосередньо. До неї відносяться виробничі чинники: кількість та якість продукції, їх асортимент, ритмічність випуску. Саме від них здебільшого залежить скільки, якої продукції та як часто підприємство може надати до продажу.

Якщо підприємство самостійно організує реалізацію продукції власного виробництва, то процеси пов'язані з її обігом також включаються до першої групи. Це пакування, фасування, організація зберігання до реалізації, транспортування тощо.

Необхідність збуту товарів актуалізує для підприємств питання маркетингу, які містять не лише одну рекламу. Фактор маркетингу вступає в дію навіть до початку виробництва товарів, бо однією з перших його задач є оцінка ринку: визначення потреб споживачів, аналіз продукції конкурентів тощо. Наступним кроком є реклама товарів, яка зараз представлена широким колом засобів, серед яких необхідно визначити найбільш доцільні та дієві. І найбільш глобальним завданням маркетингу є створення позитивної ділової репутації та іміджу підприємства, що визначає яким воно є в очах як покупців, так і інших суб'єктів економічної діяльності (можливих партнерів чи конкурентів).

Друга група містить фактори, на які підприємство може впливати лише

**III Всеукраїнська науково-практична інтернет-конференція
«АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ОБЛІКУ, АНАЛІЗУ ТА
КОНТРОЛЮ В СОЦІАЛЬНО-ОРІЄНТОВАНІЙ СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ
ПІДПРИЄМСТВОМ»**

опосередковано. До них відноситься діяльність партнерів, постачальників сировини, матеріалів, посередників у процесі реалізації таких як, наприклад, перевізники та фінансові установи. Ці суб'єкти беруть участь у виробництві та реалізації продукції, але не підпорядковані підприємству. Водночас їх робота визначена умовами договорів, через які може здійснюватись певний вплив.

Остання група факторів, що впливають на виручку від реалізації продукції, є незалежними від підприємства. До них можна віднести загальноекономічну ситуацію в регіоні, країні та світі, а також державне регулювання підприємницької діяльності. Перший згаданий фактор представляє собою ринковий механізм. Він враховує попит: бажання та можливості покупців, пропозицію власну та конкурентів, відповідно, наявну конкуренцію та взаємодію цих елементів. Але оскільки на сучасному етапі розвитку людства вільна економіка не може існувати без численних недоліків, вступає в дію наступний фактор – державне регулювання.

Держава має на меті захист соціальних інтересів, навколишнього середовища, демократії тощо, контроль державного сектору економіки та врегулювання економічної діяльності країни на міжнародному рівні. Єгорова О. В. та Павлієнко І. В. визначають, що держава має вагомий вплив на регулювання цін та тарифів. Наприклад, в Україні воно провадиться через пряме затвердження повноважними органами цін і тарифів, встановлення граничних максимальних або мінімальних цін і тарифів; затвердження граничних рівнів рентабельності або граничних рівнів торгових надбавок і постачальницько-збутових націнок [1, с. 369].

Отже, дохід (виручка) від реалізації продукції підприємства є одним з найважливіших показників його ефективності та основою його майбутньої діяльності. У зв'язку з цим вагоме значення має аналіз факторів, що впливають на формування доходу. Правильність їх класифікації, у свою чергу, дає можливість зробити їх дослідження більш ефективним.

Список використаних джерел:

1. Єгорова О. В., Павлієнко І. В. Класифікація чинників, що впливають на виручку від реалізації продукції. *Актуальні питання сучасної економічної науки: зб. матеріалів II Всеукр. наук.-практ. конф.* (4 грудня 2019 р., Полтава). Полтава, 2019. С. 369-371. URL: http://dSPACE.pdaa.edu.ua:8080/bitstream/123456789/6545/1/%d0%84%d0%b3%d0%be%d1%80%d0%be%d0%b2%d0%b0_%d1%82%d0%b5%d0%b7%d0%b8_%d0%ba%d0%be%d0%bd%d1%84%d0%b5%d1%80%d0%b5%d0%bd%d1%86%d1%96%d1%97_4_12_19.pdf (дата звернення: 13.03.2020).

2. Попович О. В., Діденко Н. Ю. Тлумачення економічної сутності категорії «дохід». *Економіка і суспільство*. 2016. № 7. С. 975-978. URL: http://www.economyandsociety.in.ua/journal/7_ukr/163.pdf (дата звернення: 13.03.2020).

**III Всеукраїнська науково-практична інтернет-конференція
«АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ОБЛІКУ, АНАЛІЗУ ТА
КОНТРОЛЮ В СОЦІАЛЬНО-ОРІЄНТОВАНІЙ СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ
ПІДПРИЄМСТВОМ»**

3. Сафарова А. Т., Корольчук І. Р. Аналіз обсягів реалізації готової продукції. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія «Економічні науки»*. 2018. № 28. С. 155-159. URL: <http://ej.journal.kspu.edu/index.php/ej/article/view/73/70> (дата звернення: 13.03.2020).

Петришин Л. П., д.е.н, доцент,
завідувач кафедри обліку та оподаткування,
Львівський національний аграрний університет, м. Львів
Царук Н.Г., к.е.н., доцент кафедри обліку і оподаткування
ВП НУБіП України «Ніжинський агротехнічний інститут»

ПЕРСПЕКТИВИ ОРГАНІЗАЦІЇ АВТОМАТИЗОВАНОГО ОБЛІКУ ЗЕМЕЛЬ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОГО ПРИЗНАЧЕННЯ

В Україні досі неврегульовані питання пов'язані із землеволодінням та землекористуванням. Основою для вдосконалення системи відносин держави з підприємствами та підприємств з орендодавцями є організація автоматизованого обліку земель сільськогосподарського призначення.

Основні напрями запровадження автоматизованого обліку земельних відносин в Україні полягають в наступному:

- 1) визначення цілей формування земельного ринку та створення абсолютно незалежної системи оцінки землі;
- 2) розвиток інфраструктури земельного ринку України;
- 3) розробці антикорупційної системи купівлі-продажу землі та механізму її відчуження;
- 4) здійсненні належного державного контролю за використанням та охороною земель сільськогосподарського призначення та надання рекомендацій щодо усунення виявлених недоліків.

З метою організації автоматизованого обліку земель на сьогодні на українському ринку програмного забезпечення якісний продукт пропонує компанія «ІнтелТех», яка працює безпосередньо з програмним забезпеченням для ведення бізнесу – програми «1С:Підприємство 8» та популярними сервісами Бітрікс24. Для сільськогосподарських підприємств зі значним земельним банком компанія «ІнтелТех» пропонує спеціально розроблену програму «Облік землі».

Програма являє собою базу даних, в якій зібрана вся необхідна інформація про договори, пайовиків, паї, орендну плату. Така база даних створена на базі «1С:Підприємство 8» з використанням сучасних методів, таких як керовані форми та схема компоновки даних. База даних легко інтегрується з будь-якими системами, створеними на платформі 1С:Підприємство 8 і представляє собою додаток у вигляді окремої підсистеми [1].