

**Міністерство освіти і науки України
Полтавська державна аграрна академія**

II Всеукраїнська науково-практична конференція

**АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ
СУЧАСНОЇ ЕКОНОМІЧНОЇ НАУКИ**

(4 грудня 2019 р.)



м. Полтава 2019

*«Актуальні питання сучасної економічної науки»:
матеріали II Всеукраїнської науково-практичної конференції*

УДК 33: 167.1

А 43

Рекомендовано до друку вченою Радою факультету обліку та фінансів Полтавської державної аграрної академії (протокол № 3 від 19.11.2019 р.).

Редакційна колегія:

- **Аранчій В.І.**, кандидат економічних наук, професор, ректор Полтавської державної аграрної академії, професор кафедри фінансів і кредиту;
- **Дорогань-Писаренко Л.О.**, кандидат економічних наук, доцент, декан факультету обліку та фінансів, професор кафедри економічної теорії та економічних досліджень;
- **Плаксієнко В.Я.**, доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри бухгалтерського обліку;
- **Томілін О.О.**, доктор економічних наук, доцент, професор кафедри фінансів і кредиту;
- **Писаренко В.П.**, доктор наук з державного управління, доцент, професор кафедри публічного управління та адміністрування;
- **Рудич А.І.**, кандидат економічних наук, доцент, завідувач кафедри економічної теорії та економічних досліджень;
- **Єгорова О.В.**, кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри економічної теорії та економічних досліджень.

Актуальні питання сучасної економічної науки: зб. матеріалів II Всеукр. наук.-практ. конф. (4 грудня 2019 р., Полтава). Полтава, 2019. 515 с.

До збірника матеріалів науково-практичної конференції «Актуальні питання сучасної економічної науки» ввійшли результати міждисциплінарних теоретичних та прикладних досліджень актуальних проблем вітчизняної економіки.

Матеріали надруковані в авторській редакції. Відповідальність за зміст матеріалів, точність наведених фактів, цитат, посилань на джерела, достовірність іншої інформації та за додержання норм авторського права несуть автори.

© Колектив авторів

© Полтавська державна аграрна академія, кафедра економічної теорії та економічних досліджень

КЛАСИФІКАЦІЯ ЧИННИКІВ, ЩО ВПЛИВАЮТЬ НА ВИРУЧКУ ВІД РЕАЛІЗАЦІЇ ПРОДУКЦІЇ

Єгорова О.В.,

к.е.н., доцент, доцент кафедри економічної теорії та економічних досліджень

Павлієнко І.В.,

здобувач вищої освіти спеціальності «Облік і оподаткування»

Полтавська державна аграрна академія

Реалізація продукції як господарська операція передає права власності на продукцію в обмін на еквівалентну суму коштів або боргових зобов'язань. Виручка – це сума грошових коштів, що надійшла на рахунок підприємства за відвантажену покупцям продукцію або надані їм послуги.

Існують різні підходи до класифікації чинників, що впливають на обсяги продажу продукції. Обґрунтована класифікація чинників, що впливають на дохід (виручку) від реалізації є підставою для оперативного аналізу, прогнозу, а в кінцевому підсумку управління її сумою.

Факторами першого порядку є три основні чинники, що безпосередньо впливають на обсяги виручки від реалізації:

- 1) асортимент продукції;
- 2) кількість реалізованої продукції певного виду;
- 3) ціни реалізації.

Одним із визначальних чинників, які впливають на суму виручки, є рівень цін. Наразі в Україні окрім вільних цін, які формуються на ринку під впливом попиту та пропозиції, також існують фіксовані та регульовані державою ціни на товари першої необхідності (хлібобулочні вироби, ліки, продукти дитячого харчування тощо).

Основними формами регулювання державою цін і тарифів в Україні є: 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.

За об'єктами управління фактори, що впливають на обсяг реалізації можна поділити на групи:

- 1) виробничі фактори – обсяг виробництва товарної продукції за асортиментом, якість продукції, ритмічність її випуску;
- 2) маркетингові фактори – маркетингова стратегія, місткість ринків збуту, цінова політика, способи розповсюдження товарів, рекламна діяльність, стратегія та методи конкурентів;
- 3) пов'язані зі складуванням, збутом та транспортуванням – забезпеченість кадрами, обладнанням, складськими приміщеннями, транспортними засобами для зберігання та перевезення продукції, залишки готової продукції на складах, забезпеченість тарою та пакуванням, наявність угод на постачання і

*«Актуальні питання сучасної економічної науки»:
матеріали II Всеукраїнської науково-практичної конференції*

дотримання умов цих угод, ритмічність відвантаження тощо;

4) фінансові чинники – форми розрахунків із покупцями; своєчасність і якість оформлення платіжних документів, терміни документообігу, якість опрацювання документів в установах банку; вивчення платоспроможності покупців; своєчасність та якість оформлення санкцій за порушення зобов'язань зі сплати боргів покупцями та іншими установами тощо.

Також наведені чинники можна поділити та ті, що залежать від суб'єкта господарювання (більшість з перерахованих) та ті, що не залежать (наприклад, порушення строків оплати покупцями, недоліки в роботі перевізників продукції, фінансових установ, рівень інфляції, зміна правил експорту продукції, курс гривни до інших валют тощо).

Основними якісними параметрами, які враховують під час аналізу реалізації продукції є:

- асортимент продукції, що виробляється, його оновлення та розширення;
- конкурентоздатність продукції, зокрема її якість;
- наявність унікальної продукції, якісні характеристики якої відповідають світовим аналогам або перевищують їх;
- розмір ринків збуту продукції та частка (сегмент) підприємства на ринку певних товарів;
- репутація та діловий імідж підприємства;
- стійкість зв'язків з діловими партнерами – наявність постійних покупців, кількість нових споживачів, кількість втрачених покупців, кількість незадоволених покупців тощо;
- дотримання графіку поставок, якості продукції та її пакування. Більшість оптових та роздрібних покупців хоче мати не просто якісну, а належним чином упаковану продукцію.
- географія ділових стосунків, ринків збуту продукції, наявність продукції, що експортується.

Основні причини малих сум виручки – незадовільний попит на продукцію, неефективна маркетингова політика. Йдеться не про відсутність реклами, а про недостатню активність у пошуку клієнтів, участі у виставках, розсилань інформації тощо. Якщо ринкова ситуація така, що попит на продукцію підприємства обмежений і його збільшення найближчим часом не прогнозується, слід замислитися про випуск нових видів продукції. Випуск нової продукції дозволить збільшити обсяги реалізації, але вимагатиме вкладення коштів у придбання нового обладнання, нових технологій тощо.

Своєчасне надходження виручки – надважливий момент в господарській діяльності підприємства. По-перше, виручка від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) є основним регулярним джерелом надходження коштів. По-друге, процес кругообігу коштів завершується реалізацією продукції і надходженням виручки, що означає відшкодування витрачених на виробництво грошових коштів і створення необхідних умов для відновлення наступного кругообігу.

*«Актуальні питання сучасної економічної науки»:
матеріали II Всеукраїнської науково-практичної конференції*

Результати аналізу реалізації визначають для підприємства вирішення взаємозалежних питань: що продавати, як продавати, кому продавати, і, таким чином, визначають політику формування доходів – політику планування, організації, аналізу і контролю доходів в межах підприємства.

Список використаних джерел

1. Баканов М. И. Теория экономического анализа. Москва : Финансы и статистика, 2011. 416 с.
2. Єгорова О. В., Дорогань-Писаренко Л. О., Литвин О. Ю. Аналіз господарської діяльності: навч. посіб. для студентів вищих навчальних закладів аграрного профілю. Полтава : РВВД ПДАА, 2016. 306 с.
3. Мних Є. В. Економічний аналіз : [підручник]. Київ : Центр навчальної літератури, 2011. 630 с.
4. Савицкая Г. В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия: учебник. Минск: ООО «Новое знание», 2010. 688 с.

АНАЛІЗ РОЗРАХУНКІВ З ОПЛАТИ ПРАЦІ: ТЕОРЕТИЧНИЙ АСПЕКТ

Зевакова А.О., Святина Н.С.,
здобувачі вищої освіти ОПП Облік і оподаткування
спеціальність 071 Облік і оподаткування СВО Магістр
Полтвська державна аграрна академія
Науковий керівник: Яловега Л. В., к.е.н.,
доцент кафедри бухгалтерського обліку та економічного контролю

Розрахунки з працівниками господарюючого суб'єкта, зазвичай, розглядаються в тісному взаємозв'язку з аналізом продуктивності праці та використанням трудових ресурсів, що сприяє створенню передумов підвищення оплати праці – і як результат – зростання мотиваційного чинника. Водночас, використання грошових коштів на оплату праці має забезпечувати випереджаючі темпи зростання продуктивності праці над її оплатою, що забезпечить нарощування темпів розширеного виробництва.

Ключові завдання комплексного аналізу витрат на оплату праці є: визначення абсолютної економії чи перевитрат фонду оплати праці (далі – ФОП) підприємства; оцінка використання кошторису з оплати праці; виявлення факторів та визначення розмірів їх впливу на економію чи перевитрату коштів з оплати праці; обґрунтування планових змін витрат коштів на оплату праці; визначення заходів для ліквідації причин перевитрат коштів з оплати праці.

Оцінка ефективності проведених виплат працівникам підприємства здійснюється шляхом: виявлення освітнього рівня персоналу; забезпечення робочими місцями виробничих підрозділів підприємства; аналізу ефективності витрат на здороження вартості людського капіталу. Підґрунтям аналізу