

кредиту (кредитний період); розміри наданого кредиту (кредитний ліміт); вартість надання кредиту; можливість надання знижок; штрафні санкції за прострочення виконання зобов'язань.

3. група факторів для оцінки кредитоспроможності покупців і диференціація умов надання кредиту: формування й експертизу інформаційної бази проведення оцінки кредитоспроможності покупців; диференціацію кредитних умов відповідно до рівня кредитоспроможності покупців.

4. фінансовий менталітет власників і менеджерів підприємства, їхнє відношення до

рівня припустимого ризику в процесі здійснення господарської діяльності.

Отже, застосування в процесі діяльності торговельного підприємства всієї вищенаведеної класифікації факторів, можна вважати не тільки найважливішим, але і комплексним фактором, що впливає на загальний рівень дебіторської заборгованості підприємства. Тому неповний або помилковий аналіз кожного з його складових, або неврахування яких-небудь других ризиків можуть привести до різкого та невиправданого зростання дебіторській заборгованості.

Список використаних джерел:

1. Балахонова О.В. Удосконалення аудиторської оцінки фінансового стану підприємства /О.В. Балахонова // Ринкова економіка : сучасна теорія і практика управління : зб. наук. праць. – Одеса: Одеський національний університет ім. І. Мечникова, 2014. – Вип. 2/2. – Т. 1. – С.12-19.
2. Гріщенко І.В., Балахонова О.В. Економічна сутність грошових коштів підприємства / І.В.Гріщенко, О.В. Балахонова // Розвиток освіти, науки, економіки в умовах інтеграційних процесів: зб. наук. праць. 2017. – Вінниця. – Т 1. – С. 25-27.

УДК 657.6

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ КОНТРОЛЮ ГРОШОВИХ АКТИВІВ ТА ДЕБІТОРСЬКОЇ ЗАБОРГОВАНОСТІ

Гріщенко І.В. – викладач,

Вінницький навчально-науковий інститут економіки ТНЕУ;

Денисюк О.М. – д.е.н., професор,

Вінницький торговельно-економічний інститут КНТЕУ

Стрімкий розвиток сучасних ринкових відносин в Україні постійно супроводжується посиленням конкурентної боротьби між торговельними підприємствами, в наслідок чого швидко зростають обсяги товарів і надання послуг, збільшується кількість суб'єктів господарювання, вітчизняні підприємства розширюючи сферу діяльності все активніше виходять на міжнародні ринки, тощо. В процесі забезпечення постійного зростання прибутку в даних умовах господарювання суб'єкти підприємницької діяльності застосовують різноманітні механізми розширення клієнтської бази та збільшення обсягів реалізації товарів, що також у свою чергу призводить до зростання розміру дебіторської заборгованості.

Дослідженням цієї проблеми було широко приділено увагу наступними українськими ученими – Бутинець Ф.Ф., Голов С.Ф., Сопко В.В., Нашкерська Г. і також зарубіжними авторами - Є. Брікхем, Бланк І.А. та ін.

Із зростанням розміру дебіторської заборгованості виникає потреба управління дебіторською заборгованістю, де важливе місце посідає система її обліку та контролю. Однак з метою ефективної організації та проведення

контрольних процедур необхідно вирішити ряд першочергових завдань: дослідити економічну сутність дебіторської заборгованості та її виникнення у сучасних умовах господарювання, змістовну класифікацію на основі різних ознак, удосконалення методики обліку заборгованості та її рефінансування, удосконалення обліку простроченої й безнадійної заборгованості, здійснення аналізу дебіторської заборгованості, тощо.

Головною методологічною основою запровадження ефективного контролю грошових активів та дебіторської заборгованості є їх відображення у бухгалтерському обліку і звітності, які регламентуються П(С)БО 10 «Дебіторська заборгованість», та П(С)БО 13 «Фінансові інструменти», згідно яких регулюється порядок ведення бухгалтерського обліку дебіторської заборгованості та її подальшого відображення у фінансовій звітності підприємств. Одночасно з цим необхідно звернути увагу на той факт, що у практиці міжнародного обліку дане питання регулюється декількома міжнародними стандартами, а саме, МСБО 1 «Подання фінансових звітів», МСБО 32 «Фінансові інструменти: розкриття і подання», МСБО 39 «Фінансові інструменти: визнання та

оцінка», тобто дебіторська заборгованість відноситься у міжнародній практиці до фінансових активів. При цьому у названих міжнародних стандартах не дається чіткого визначення поняття дебіторської заборгованості. П.9 МСБО 39 зазначає: «позики та дебіторська заборгованість - це непохідні фінансові активи з фіксованими платежами, які підлягають визначенню та не мають котирування на активному ринку». Таке тлумачення поняття дебіторської заборгованості є ширшим порівняно з тлумаченнями наведеними у національних стандартах.

Також, відповідно до Закону України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні», національні стандарти бухгалтерського обліку ні у якому разі не повинні суперечити міжнародним, але, не зважаючи на це, існують певні відмінності. У вітчизняній практиці підприємницької діяльності дебіторську заборгованість ототожнюють із правом на повернення боргу, а в зарубіжній - з претензією на активи підприємства-покупця.

Так, згідно з П(С)БО 10 дебіторська заборгованість визначається як сума заборгованостей дебіторів підприємству на певну дату. При цьому дебіторами можуть бути всі юридичні та фізичні особи, які внаслідок минулих подій заборгували підприємству певні суми грошових коштів. Під таке трактування підлягає як заборгованість дебіторів, яка утримується підприємством до дати погашення, так і заборгованість дебіторів призначена для перепродажу.

Заборгованість дебіторів, що призначена для перепродажу, придбавається або створюється підприємством з метою отримання прибутку або у вигляді відсотків, дивідендів, тощо, або ж від короткотермінових змін ціни(суми) такої дебіторської заборгованості. Тому така заборгованість, згідно п.4 П(С)БО 13 «Фінансові активи», є фінансовим активом призначеним для перепродажу і повинна відображатися та оцінюватися в обліку відповідно до цього стандарту.

Визначення наведене в П(С)БО 10 «Дебіторська заборгованість» більш відповідає вимогам контролю, оскільки охоплює усю заборгованість підприємству, у тому числі і ту, яка по суті є фінансовими інвестиціями, тобто активами, які утримуються підприємством з метою збільшення прибутку.

У п.4 П(С)БО 13 «Фінансові активи» надається визначення дебіторській заборгованості, що непризначена для продажу, - «дебіторська заборгованість, що виникає

внаслідок надання коштів, продажу інших активів, робіт послуг безпосередньо боржникові та не є фінансовим активом, призначеним для продажу». Отже, дане тлумачення більш точно розкриває сутність поняття «дебіторська заборгованість».

Таким чином, на основі аналізу чинних національних стандартів бухгалтерського обліку можна дійти висновку, що дебіторська заборгованість, за своєю суттю, є сумою заборгованостей дебіторів підприємству на певну дату, що виникає внаслідок надання коштів, продажу інших активів, робіт послуг безпосередньо боржникові та не є фінансовим активом, призначеним для продажу.

В процесі контролю дебіторської заборгованості необхідно також звертати увагу на її операційний цикл, згідно якого вона поділяється на довгострокову (не виникає під час нормального операційного циклу і буде погашена після 12 місяців з дати балансу) та поточну (виникає під час нормального операційного циклу).

При здійсненні контролю довгострокової дебіторської заборгованості перевіряється: заборгованість за майно, яке передане у фінансову оренду (субрах. 181), довгострокові векселі одержані (субрах. 182), інша дебіторська заборгованість (субрах. 183).

Контроль поточної дебіторської заборгованості складається з наступних видів: короткострокові векселі одержані (рах. 34); розрахунки з вітчизняними покупцями (субрах. 361); розрахунки з іноземними покупцями (субрах. 362); розрахунки з учасниками ПФГ (субрах. 363); розрахунки за виданими авансами (субрах. 371); розрахунки з підзвітними особами (субрах. 372); розрахунки за нарахованими доходами (субрах. 373); розрахунки за претензіями (субрах. 374); розрахунки за відшкодування завданих збитків (субрах. 375); розрахунки за позиками членів кредитних спілок (субрах. 376); розрахунки з іншими дебіторами (субрах. 377); резерв сумнівних боргів (субрах. 38).

Отже, слід відмітити, що досконала обробка та підготовка інформації для оперативного контролю неможлива без застосування методологічних засад дебіторської заборгованості, операційного циклу, детального дослідження рахунків, на яких відображається як довгострокова, так і поточна заборгованість, що у своєму поєднанні процедур збільшить оперативність проведення контролю та підвищить його ефективність.

Список використаних джерел:

1. Гріщенко І.В., Балахонова О.В. Система забезпечення інвестиційно-інноваційної діяльності підприємств / І.В. Гріщенко, О.В. Балахонова // Шляхи активізації інноваційної діяльності в освіті, науці, економіці: зб. наук. праць. 2016. – Вінниця. – Т 1. – С. 145 – 147.
2. Гріщенко І.В., Балахонова О.В. Економічна сутність грошових коштів підприємства / І.В. Гріщенко, О.В. Балахонова // Розвиток освіти, науки, економіки в умовах інтеграційних процесів: зб. наук. праць. 2017. – Вінниця. – Т 1. – С. 25-27.
3. Гріщенко І.В. Методи розвитку технологічної бази інноваційно-орієнтованих підприємств // Розвиток освіти, науки, економіки в умовах інтеграційних процесів: зб. наук. праць. 2017. – Вінниця. – Т 1. – С. 47-49.
4. Гріщенко І.В. Забезпечення стійкого розвитку підприємств малого і середнього бізнесу в Україні // Регіон: особливості розвитку і управління в умовах децентралізації влади: зб. наук. праць наук.-практ. конф. 16-17 березня 2015 р.- Вінниця: ТОВ «Меркьюрі-Поділля». 2015. С. 113-116.

УДК 338.27:658.15

ЕКОНОМІЧНЕ ПРОГНОЗУВАННЯ ЯК ІНСТРУМЕНТ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТРАТЕГІЧНОЇ СТІЙКОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Вільчинська О.М. – к.е.н., доцент

Вінницький навчально-науковий інститут економіки ТНЕУ

Якою б не була поточна мета діяльності підприємства, у довгостроковій перспективі будь-яке підприємство намагається досягти такого стану, при якому мінімізується негативний вплив зовнішнього середовища і водночас максимально розкривається внутрішній потенціал підприємства, тобто, такого стану, при якому забезпечується максимальний рівень стратегічної стійкості підприємства.

Отже, важливим етапом досягнення успішної діяльності підприємств є вчасний прогноз відносно майбутнього стану розвитку. Існує досить багато методів прогнозування і кожен має свої особливості. Проте виникає питання, які методи краще використовувати, щоб отримати адекватний прогноз для забезпечення стійкого розвитку підприємства.

Вибір методу прогнозування залежить від таких факторів, як мета і завдання прогнозування, специфіка об'єкта дослідження, періоду прогнозування, достовірності та повноти вихідної інформації, певних обмежень (ресурсних, програмних, часових та ін.). Система оцінки та вибору методів прогнозування включає такі блоки: дослідження поведінки об'єкта в передісторії; визначення зовнішніх і внутрішніх зв'язків; перевірка відповідності та придатності вихідної інформації.

Методи прогнозування, як і прогнози, класифікуються за різними ознаками. Однією з найбільш важливих класифікаційних ознак методів прогнозування є ступінь формалізації. За цією ознакою виділяють інтуїтивні та формалізовані методи прогнозування [1].

Інтуїтивні методи передбачають вивчення думок спеціалістів підприємств-виробників і споживачів продукції,

торговельно-посередницьких фірм, підприємств роздрібною торгівлі, консалтингових організацій про можливу діяльність підприємства у плановому періоді. З урахуванням цих думок експертним шляхом визначають три види прогнозу: оптимістичний, песимістичний і раціональний (імовірний). При використанні цього методу основою успіху є кваліфікація експертів. Ці методи доцільно використовувати для кон'юктурних оцінок, особливо у випадках, коли неможливо отримати безпосередню інформацію про досліджуване явище або процес. До інтуїтивних методів належать анкетування, інтерв'ю, комісії, мозкової атаки, метод Дельфі; оцінки торгового персоналу; вивчення намірів покупців та ін. Перевагою цих методів є можливість обміну і протиставлення ідей. Недоліком методів є те, що достовірність прогнозу залежить від досвіду та інтуїції осіб, що будують прогноз.

Формалізовані методи прогнозування дозволяють описати економічну проблему у вигляді математичних співвідношень і ґрунтуються на побудові математичної моделі. До них належать методи кореляційно-регресійного аналізу, матричні, екстраполяційні методи, імітаційні та ін. Перевагою цих методів є те, що прогноз спирається на об'єктивну маркетингову інформацію. Математичні методи прискорюють проведення економічного аналізу, сприяють більш повному врахуванню впливу факторів на результати діяльності, підвищенню точності обчислень. Застосування таких методів вимагає системного підходу до вивчення об'єкту дослідження; розробку математичної моделі якісних характеристик роботи підприємства; вдосконалення системи інформаційного забезпечення управління підприємством.