



так і на його подолання та ліквідацію негативних наслідків, що враховують інтереси, які усіх учасників підприємства забезпечують функціональний розвиток ЗЕД.

Стратегію ЗЕД слід розглядати як функціональну стратегію, яка по ієрархії пов'язана з конкурентною, ресурсною, товарною та іншими стратегіями підприємства. До характеристик такої стратегії відносяться: спрямованість на зовнішнє та внутрішнє середовище підприємства; комплексність, обов'язковий взаємозв'язок з іншими видами стратегій підприємств; врахування обмеженого розмаїття можливих ситуацій і факторів, які безпосередньо впливають на стратегію ЗЕД підприємства, на її формування та реалізацію; врахування пріоритетності зовнішньоекономічної діяльності серед інших видів економічної діяльності підприємства; взаємозв'язок між ієрархічністю та гетерархічністю стратегії, наприклад, утворення підрозділів для здійснення експортно-імпортних операцій, на підприємствах де ЗЕД не є основним напрямком діяльності.

Побудова стратегії ЗЕД підприємства представляє собою складний процес, який має базуватися на напрацьованих науково-методологічних підходах, та вимагає врахування факторів зовнішнього середовища, власних можливостей та ресурсів підприємства. Стратегія ЗЕД є найважливішим інструментом підвищення фінансової ефективності діяльності підприємства та однією зі складових його стійкого розвитку.

Список використаних джерел

1. Ансофф И. Стратегическое управление [Текст]: пер. с англ. / И. Ансофф. М.: Экономика, 2005. – 306 с.
2. Драбик І. Критерії класифікації. Види стратегії розвитку підприємства на закордонних ринках / І. Драбик // Вісн. Нац. ун-ту "Львів. політехніка". - 2010. - № 690. - с. 587-592.
3. Могилова А. Ю. Концептуальні підходи до визначення стратегії підприємства / А. Ю. Могилова // Збірник наукових праць Черкаського державного технологічного університету. Сер. : Економічні науки. - 2012. - Вип. 30(1). - С. 139-144. - URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Znpchdtu_2012_30\(1\)_29](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Znpchdtu_2012_30(1)_29).
4. Саух І.В. Класифікаційна модель та характеристика стратегій туристичних підприємств / І.В. Саух // Вісник ЖДТУ Серія: Економічні науки. - 2017.- № 4 (82) - с. 90-97 -URL: <http://ztu.edu.ua/%2Farticle/%2Fdownload/%2F119586/%2F114573&usg>
5. Chandler A.D. Jr. Strategy and structure: Chapters in the history of American enterprise / Chandler A.D. Jr. – Cambridge: Mass., MITPress, 1962. – 465 p.

Тетяна КОБЄЛЄВА

доктор економічних наук, доцент

Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»

м. Харків, Україна

ДІДЖИТАЛІЗАЦІЯ СИСТЕМ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ НА ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

З кожним днем стає все більш очевидним, що якість обліково-аналітичного забезпечення менеджменту підприємства визначає не тільки ефективність поточних управлінських рішень, а й обґрунтованість прийнятих стратегічних планів на довгострокову перспективу. Цифрові технології стрімко змінюють звичні форми і методи ведення господарської життя. Ефект від їх масового застосування виражається для підприємств в трансформації бізнес-моделей, характер ведення бізнесу, його керуваності та гнучкості [1-17].



В реаліях розвитку цифрової економіки підприємства змушені підлаштовувати все управлінські процеси під сучасні тенденції, які диктують бізнесу нові умови конкурентоспроможності. Тому актуальність діджиталізації економіки, а разом з нею і системи бухгалтерського обліку як науки, що є її «правою рукою», підкреслена не тільки вченими, але і політиками найбільших країн світу. Слід зазначити, що в систему бухгалтерського обліку і звітності активно впроваджуються комп'ютерні технології. У багатьох країнах світу економісти, представники ІТ-організацій і уряди вирішують задачу про те, як перетворити професію бухгалтера з «паперової» в електронну. Це зокрема і є важливою метою самого процесу діджиталізації. У процесі вирішення цього питання виникло поняття електронного документообігу, ядро якого становить електронний документ [1].

Таким чином, сама сутність діджиталізації в бухгалтерському обліку перестає бути такою без наявності електронного документообігу, який крім усього іншого несе собі конкретні переваги в економічному плані, так як така система в обліку сприяє прискоренню оборотності грошових потоків, а також дозволяє економити значні кошти. Крім того, в результаті використання такого документообігу звітність організацій автоматично складається та подається як електронний документ, а це означає те, що сам кінцевий продукт бухгалтерського обліку виходить на принципово новий, більш високий рівень, що дозволяє значно розширити коло своїх «споживачів» - зовнішніх і внутрішніх користувачів. Слід зазначити, що інша актуальна ідея в області бухгалтерського обліку - інтегрована звітність - базується на діджиталізації цього документа, так як уявлення в паперовому вигляді таких звітів позбавлене системності і доступності до сприйняття. Таким чином, актуальність впровадження електронного документообігу в бухгалтерський облік зростає ще більшою мірою за рахунок того, що даний процес покращує не тільки його окремі аспекти, а й всю систему, включаючи складання звітності як мета, для досягнення якої існує дана наука [2]. В Україні електронний документообіг впроваджується повільно. Проблема полягає в тому, що, по-перше, механізм розробки, застосування і захисту електронного підпису законодавчо ще недостатньо прописаний, а по-друге, саме поняття електронного документообігу включає в себе не одну, а цілий комплекс робіт з документами: прийом, реєстрація, розсилка, контроль виконання, формування справ, зберігання і повторне використання документації. Однак вже сьогодні, незважаючи на всі труднощі, пов'язані з діджиталізацією вище перерахованих робіт, в нашій країні використовують електронні документи при подачі податкових декларацій, реєстрації підприємств, поданні статистичної звітності, подання електронних рахунків-фактур по ПДВ і ін. В той же час, електронний документообіг практично не застосовується в організаціях при здійсненні основної діяльності [1, 7, 14].

Аналізуючи ситуацію, можна сказати, що це відбувається через труднощів з електронними цифровими підписами - невід'ємним реквізитом електронного документа. Її придбання вимагає значних капіталовкладень. Крім того, кошти електронних цифрових підписів необхідно всім учасникам процесу так як кожна зі сторін повинна підписувати і перевіряти електронні цифрові підписи, що реально виконувати досить складно і важко.

Виходячи з того, що, призначення електронного підпису, втім, як і звичайної, зводиться до того, що це є свідченням достовірності документа і того, що особа, яка зобов'язана підписати його, погодилася це зробити. В силу розвитку комп'ютерних технологій, на нашу думку, можна взагалі уникнути необхідності проставляти електронні підписи на документах наступним чином: необхідно створити «бухгалтерську мережу», причому, зареєструватися в цій мережі можна тільки через державну службу. Реєструють тільки керівників організації - дирекцію, головного бухгалтера та ін., а вони вже необмежено можуть «додавати в свої контакти» всіх співробітників організації, які складають будь-які документи. Сенс реєстрації тільки дирекції такий: «сторінка» дирекції має функціональні особливості, які і виконують призначення електронних підписів, про які буде написано нижче. Завести таку «сторінку» можна тільки через державну службу, тобто підробити сторінку під директора і від його імені щось робити буде



складно. «Сторінки» всіх інших працівників звичайні, тому систему не треба буде завантажувати гігантською роботою по реєстрації всіх абсолютно співробітників, що в принципі є мало можливим [1, 5, 9].

Функціональні ж особливості «сторінки» керівників полягають в наступному: припустимо, окремих працівників склав документ, який необхідно передати іншій організації при здійсненні господарської операції. Цей документ в даній мережі, відразу після складання неможливо (так повинно бути закладено програмою) відправити нікому, крім як особам, зобов'язаним його підписати. При цьому, в програму можна закласти таку функцію, яка буде визначати тип документа, наприклад, річний звіт, і під цей тип визначати посади тих, які такі документи підписують: керівник організації та головний бухгалтер. І при натисканні кнопки «відправити» документ автоматично пересилається необхідній кількості управлінців. При перегляді повідомлення директор і головний бухгалтер, як того, що вони згодні, що вони «поставили свій підпис», за допомогою спеціальної функції знімають з цього повідомлення обмеження в розсилці - тобто тепер документ, що міститься в повідомленні, рядовому працівнику можна пересилати будь-яким контрагентам, а не тільки директору і головному бухгалтеру. Після того, як управлінець виконав таку дію, повідомлення автоматично пересилаються працівникові, і він може переслати його контрагенту. При отриманні документа контрагентом, він знає, що повідомлення могло прийти до нього ніяк інакше, окрім як по «вирішенню» керівництва тієї організації, з якою він має справу. Так як, якщо з повідомленням не ознайомився директор (воно не було йому спочатку направлено), його просто за функціями цієї «соціальної мережі» неможливо нікому відправити. При цьому, контрагент також знає, що «сторінка» директора контролюється державною службою, яка і реєструвала її. За такою ж системою працює і обмін документами всередині організації.

Якщо організація величезна, і керівний склад численний, то, можна в якості початку, реєструвати «сторінки» тільки трьох керуючих осіб: директора, головного бухгалтера та головного інженера, щоб діджиталізувати хоча б ту масу документів, які вимагають підпису саме цих осіб. А інші операції можуть оформлятися документами «по-старому», тобто виведеними на папір і з підписами ручкою. Що стосується того, що будь-якої недобросовісний співробітник отримає несанкціонований доступ до комп'ютера директора, зламає пароль, щоб мати можливість переслати фальшиві документи без відома директора, або ж за допомогою хакерів створить фальшиву сторінку керівної особи, яка, наприклад, також буде здатна знімати обмеження для розсилки, то, на наш погляд, це рівнозначно побоюванням, що буде вкрадена друк або підроблений підпис. Як оберігання від шахраїв, можна закласти в програму «бухгалтерської мережі» таку функцію: для того, щоб зняти обмеження для розсилки, керівництво натискає, наприклад, кнопку «дозволити». При її натисканні, програма миттєво перевіряє, чи відбулося таке натискання із зареєстрованою сторінки, чи ні. Якщо це сталося із зареєстрованою сторінки, то програма надсилає рандомний код директору, після введення якого знімається обмеження в розсилці [1, 2, 14].

Що стосується діджиталізації взагалі всіх документів в організації, які потребують підпису, наприклад, начальника складу та ін., то можна піти і таким шляхом. Наприклад, в системі реєструють сторінку тільки директора, а він, у свою чергу може «додавати в контакти» не тільки рядових працівників зі звичайними сторінками, але і весь свій керівний склад вже зі спеціальними сторінками.

На основі проведеного дослідження підтверджено, що діджиталізація бухгалтерського обліку в реальному секторі економіки сприяє оптимізації фінансових процесів та збільшенню ефективності фінансового планування господарства у цілому. Вивчення досвіду інших країн щодо досліджуваного питання дасть змогу вирішити існуючі проблемні аспекти. Таким чином, проведення цифрових перетворень є необхідною умовою досягнення підприємством високого рівня економічного розвитку і є платформою для поліпшення становища бізнесу. Цифрові



технології дозволяють підвищити рівень економічної безпеки, ефективність і конкурентоспроможність окремих підприємств, економіки в цілому і рівня життя населення.

Список використаних джерел

1. Минковская А.А. Дигитализация бухгалтерского учета и отчетности, и возможность ее развития в Республике Беларусь. Фізико-математична освіта. 2018. Випуск 4(18). С. 112-114.
2. Лемеш В.Н. Форсайт бухгалтерского учета и аудита в условиях цифровой экономики Фінансово-економічний розвиток України в умовах трансформаційних перетворень: матеріали VII всеукраїнської конференції. 26.06.2018 (ЛТЕУ, м. Львів). Тернопіль : Крок, 2018. с. 147-150.
3. Pererva Petro, Nagy Szabolcs, Maslak Maria Organization of Marketing activities on the Intrapreneurship // JOURNAL // Wyższa Szkoła Ekonomiczno-Humanistyczna.- № 5.- 2018.- [Published online].- Access mode: https://mindjournal.wseh.pl/sites/default/files/article/09-18/organization_of_marketing_activities_on_the_intrapreneurship.pdf
4. Pererva P.G., Kocziszky György, Szakaly D., Somosi Veres M. Technology transfer. Kharkiv-Miskolc: NTU «KhPI», 2012. 668 p.
5. Nagy S. Monitoring of innovation and investment potential of industrial enterprises / S. Nagy, P. Pererva // Сучасні тенденції розвитку світової економіки : зб. матеріалів 10-ї Міжнар. наук.-практ. конф., 18 травня 2018 р. – Харків : ХНАДУ, 2018. – С. 88-89.
6. Перерва П.Г., Нагі С., Кобелева Т.О. Оцінка впливу інноваційної, інвестиційної та маркетингової політики підприємства на рівень конкурентоспроможності // Вісник НТУ "ХПІ" (економічні науки) : зб. наук. пр.– Харків : НТУ "ХПІ", 2018.– № 15 (1291). – С. 89-94.
7. Nagy S., Sikorska M., Pererva P.G. Current evaluation of the patent with regarding the index of its questionnaire // Сучасні підходи до креативного управління економічними процесами : матеріали 9-ї Всеукр. наук.-практ. конф., 19 квітня 2018 р.– Київ : НАУ, 2018. – С. 21-22.
8. Перерва П.Г. Трудоустройство без проблем (искусство самомаркетинга). – Харьков : Фактор, 2009. 480 с.
9. Перерва П.Г. Комплаенс-программа промышленного предприятия: сущность и задачи. Вісник нац. техн. ун-ту «ХПІ» : зб. наук. пр. Сер. : Економічні науки. – Харків : НТУ «ХПІ», 2017. – № 24 (1246). – С. 153-158.
10. Перерва П.Г., Гочарова Н.П., Яковлев А.И. Маркетинг инновационного процесса. Учебное пособие - Киев: ВИРА-Р. 1998.- 267с.
11. Перерва П.Г. Управління маркетингом на машинобудівному підприємстві. Навч.посібник.- Харків : «Основа», 1993.- 288с.
12. Kocziszky György, Somosi Veres M., Kobieliava T.O Reputational compliance // Дослідження та оптимізація економічних процесів «Оптимум–2017» : тр. 13-ї Міжнар. наук.-практ. конф., 6-8 грудня 2017 р. Харків, 2017.– С. 140-143.
13. Перерва П.Г. Потребность в электротехнических средствах автоматизации. Теория и методы определения. - Харьков : Основа. 1991. 114 с.
14. ТОВАЖНЯНСЬКИЙ В.Л., Перерва П.Г., Кобелева Т.О. Банкротство, санація та реструктуризація підприємства як економічні категорії антикризового управління. Вісник НТУ «ХПІ». 2015. № 59 (1168). С. 148-152.
15. Перерва П.Г., Коциски Д., Верес Шомоши М., Кобелева Т.А. Комплаенс программа промышленного предприятия.– Харьков-Мишкольц : ООО «Планета-принт», 2019. 689 с.
16. Перерва П.Г. Самомаркетинг менеджера и бизнесмена.- Ростов н/Д: Феникс, 2003. - 592 с.
17. Старостіна А.О. Маркетинг: теорія, світовий досвід, українська практика: підруч. – К.: Знання, 2009. – 1070 с.