

# МІЖНАРОДНИЙ НАУКОВИЙ ЖУРНАЛ «ІНТЕРНАУКА»

ISSN 2520-2057 (print)  
ISSN 2520-2065 (online)

INTERNATIONAL  
SCIENTIFIC JOURNAL  
«INTERNAUKA»

МЕЖДУНАРОДНЫЙ  
НАУЧНЫЙ ЖУРНАЛ  
«ИНТЕРНАУКА»

№ 19 (99) / 2020  
2 том



**МІЖНАРОДНИЙ НАУКОВИЙ ЖУРНАЛ  
«ІНТЕРНАУКА»**

**INTERNATIONAL SCIENTIFIC JOURNAL  
«INTERNAUKA»**

**МЕЖДУНАРОДНЫЙ НАУЧНЫЙ ЖУРНАЛ  
«ИНТЕРНАУКА»**

*Свідоцтво  
про державну реєстрацію  
друкованого засобу масової інформації  
КВ № 22444-12344ПР*

*Збірник наукових праць*

**№ 19(99)**

**2 том**

**Київ 2020**



Повний бібліографічний опис всіх статей Міжнародного наукового журналу «Інтернаука» представлено в: **Index Copernicus International (ICI); Polish Scholarly Bibliography; ResearchBib; Turkish Education Index; Наукова періодика України.**

Журнал зареєстровано в міжнародних каталогах наукових видань та наукометричних базах даних: **Index Copernicus International (ICI); Ulrichsweb Global Serials Directory; Google Scholar; Open Academic Journals Index; Research-Bib; Turkish Education Index; Polish Scholarly Bibliography; Electronic Journals Library; Staats- und Universitätsbibliothek Hamburg Carl von Ossietzky; InfoBase Index; Open J-Gate; Academic keys; Наукова періодика України; Bielefeld Academic Search Engine (BASE); CrossRef.**

В журналі опубліковані наукові статті з актуальних проблем сучасної науки.

Матеріали публікуються мовою оригіналу в авторській редакції.

Редакція не завжди поділяє думки і погляди автора. Відповідальність за достовірність фактів, імен, географічних назв, цитат, цифр та інших відомостей несуть автори публікацій.

У відповідності із Законом України «Про авторське право і суміжні права», при використанні наукових ідей і матеріалів цієї збірки, посилання на авторів та видання є обов'язковими.

### **Редакція:**

Головний редактор: **Коваленко Дмитро Іванович** — кандидат економічних наук, доцент (Київ, Україна)  
Випускаючий редактор: **Золковер Андрій Олександрович** — кандидат економічних наук, доцент (Київ, Україна)  
Секретар: **Колодич Юлія Ігорівна**

### **Редакційна колегія:**

Голова редакційної колегії: **Камінська Тетяна Григорівна** — доктор економічних наук, професор (Київ, Україна)  
Заступник голови редакційної колегії: **Курило Володимир Іванович** — доктор юридичних наук, професор, заслужений юрист України (Київ, Україна)  
Заступник голови редакційної колегії: **Тарасенко Ірина Олексіївна** — доктор економічних наук, професор (Київ, Україна)

### **Розділ «Економічні науки»:**

Член редакційної колегії: **Алієв Шафа Тифліс огли** — доктор економічних наук, професор, член Ради — науковий секретар Експертної ради з економічних наук Вищої Атестаційної Комісії при Президентові Азербайджанської Республіки (Сумгаїт, Азербайджанська Республіка)

Член редакційної колегії: **Баланюк Іван Федорович** — доктор економічних наук, професор (Івано-Франківськ, Україна)

Член редакційної колегії: **Бардаш Сергій Володимирович** — доктор економічних наук, професор (Київ, Україна)

Член редакційної колегії: **Бондар Микола Іванович** — доктор економічних наук, професор (Київ, Україна)

Член редакційної колегії: **Вдовенко Наталія Михайлівна** — доктор економічних наук, професор (Київ, Україна)

Член редакційної колегії: **Гоблик Володимир Васильович** — доктор економічних наук, кандидат філософських наук, професор, Заслужений економіст України (Мукачеве, Україна)

Член редакційної колегії: **Гринько Алла Павлівна** — доктор економічних наук, професор (Харків, Україна)

Член редакційної колегії: **Гуцаленко Любов Василівна** — доктор економічних наук, професор (Вінниця, Україна)

Член редакційної колегії: **Дерій Василь Антонович** — доктор економічних наук, професор (Тернопіль, Україна)

Член редакційної колегії: **Денисенко Микола Павлович** — доктор економічних наук, професор, член-кореспондент Міжнародної академії інвестицій і економіки будівництва, академік Академії будівництва України та Української технологічної академії (Київ, Україна)

Член редакційної колегії: **Дмитренко Ірина Миколаївна** — доктор економічних наук, професор (Київ, Україна)

Член редакційної колегії: **Драган Олена Іванівна** — доктор економічних наук, професор (Київ, Україна)

Член редакційної колегії: **Еміне Лейла Кият** — доктор економічних наук, доцент (Туреччина)

Член редакційної колегії: **Єфіменко Надія Анатоліївна** — доктор економічних наук, професор (Черкаси, Україна)

Член редакційної колегії: **Заруцька Олена Павлівна** — доктор економічних наук, професор (Дніпро, Україна)

Член редакційної колегії: **Захарін Сергій Володимирович** — доктор економічних наук, старший науковий співробітник, професор (Київ, Україна)

Член редакційної колегії: **Зеліско Інна Михайлівна** — доктор економічних наук, професор, академік Академії економічних наук України (Київ, Україна)

Член редакційної колегії: **Зось-Кіор Микола Валерійович** — доктор економічних наук, професор (Полтава, Україна)

Член редакційної колегії: **Ільчук Павло Григорович** — доктор економічних наук, доцент (Львів, Україна)

Член редакційної колегії: **Клочан В'ячеслав Васильович** — доктор економічних наук, професор (Миколаїв, Україна)

Член редакційної колегії: **Копилук Оксана Іванівна** — доктор економічних наук, професор (Львів, Україна)

Член редакційної колегії: **Кравченко Ольга Олексіївна** — доктор економічних наук, професор (Київ, Україна)

Член редакційної колегії: **Курило Людмила Ізидорівна** — доктор економічних наук, професор (Київ, Україна)



Член редакційної колегії: **Кухленко Олег Васильович** — доктор економічних наук, професор (Київ, Україна)

Член редакційної колегії: **Лойко Валерія Вікторівна** — доктор економічних наук, професор (Київ, Україна)

Член редакційної колегії: **Лоханова Наталя Олексіївна** — доктор економічних наук, професор (Львів, Україна)

Член редакційної колегії: **Малік Микола Йосипович** — доктор економічних наук, професор (Київ, Україна)

Член редакційної колегії: **Мігус Ірина Петрівна** — доктор економічних наук, професор (Черкаси, Україна)

Член редакційної колегії: **Мухсінова Лейла Хасанівна** — доктор економічних наук, доцент (Оренбург, Російська Федерація)

Член редакційної колегії: **Ніценко Віталій Сергійович** — доктор економічних наук, доцент (Одеса, Україна)

Член редакційної колегії: **Олійник Олександр Васильович** — доктор економічних наук, професор (Харків, Україна)

Член редакційної колегії: **Осмятченко Володимир Олександрович** — доктор економічних наук, професор (Київ, Україна)

Член редакційної колегії: **Охріменко Ігор Віталійович** — доктор економічних наук, професор (Київ, Україна)

Член редакційної колегії: **Паска Ігор Миколайович** — доктор економічних наук, професор (Біла Церква, Україна)

Член редакційної колегії: **Разумова Катерина Миколаївна** — доктор економічних наук, професор (Київ, Україна)

Член редакційної колегії: **Рамський Андрій Юрійович** — доктор економічних наук, професор (Київ, Україна)

Член редакційної колегії: **Селіверстова Людмила Сергіївна** — доктор економічних наук, професор (Київ, Україна)

Член редакційної колегії: **Скрипник Маргарита Іванівна** — доктор економічних наук, професор (Київ, Україна)

Член редакційної колегії: **Смолін Ігор Валентинович** — доктор економічних наук, професор (Київ, Україна)

Член редакційної колегії: **Сунцова Олеся Олександрівна** — доктор економічних наук, професор, академік Академії економічних наук України (Київ, Україна)

Член редакційної колегії: **Танклевська Наталія Станіславівна** — доктор економічних наук, професор (Херсон, Україна)

Член редакційної колегії: **Токар Володимир Володимирович** — доктор економічних наук, професор (Київ, Україна)

Член редакційної колегії: **Тульчинська Світлана Олександрівна** — доктор економічних наук, професор (Київ, Україна)

Член редакційної колегії: **Хахонова Наталія Миколаївна** — доктор економічних наук, професор (Ростов-на-Дону, Російська Федерація)

Член редакційної колегії: **Чижевська Людмила Віталіївна** — доктор економічних наук, професор (Житомир, Україна)

Член редакційної колегії: **Чубукова Ольга Юріївна** — доктор економічних наук, професор (Київ, Україна)

Член редакційної колегії: **Шевчук Ярослав Васильович** — доктор економічних наук, старший науковий співробітник, доцент (Нововолинськ, Волинська обл., Україна)

Член редакційної колегії: **Шинкарук Лідія Василівна** — доктор економічних наук, професор, член-кореспондент НАН України (Київ, Україна)

Член редакційної колегії: **Шпак Валентин Аркадійович** — доктор економічних наук, професор (Київ, Україна)

Член редакційної колегії: **Беялов Талят Енверович** — кандидат економічних наук, доцент (Київ, Україна)

Член редакційної колегії: **Скриньковський Руслан Миколайович** — кандидат економічних наук, член-кореспондент Української академії наук (Львів, Україна)

Член редакційної колегії: **Peter Bielik** — Dr. hab. (Словацька Республіка)

Член редакційної колегії: **Eva Fichtnerová** — University of South Bohemia in České Budějovice (Чеська Республіка)

Член редакційної колегії: **József Káposzta** — Dr. hab. (Угорщина)

Член редакційної колегії: **Henrietta Nagy** — Dr. hab. (Угорщина)

Член редакційної колегії: **Venelin Terziev** — Professor Dipl.Eng., PhD, доктор наук з національної безпеки, доктор економічних наук, член-кореспондент Російської академії природної історії (Русе, Болгарія)

Член редакційної колегії: **Anna Törő-Dunay** — Dr. hab. (Угорщина)

Член редакційної колегії: **Mirosław Wasilewski** — Dr. hab., Associate professor WULS-SGGW (Польща)

Член редакційної колегії: **Natalia Wasilewska** — Doctor of Economic Sciences, professor UJK (Польща)

ЗМІСТ  
CONTENTS  
СОДЕРЖАНИЕ

## ЕКОНОМІЧНІ НАУКИ

<b>Tsimintia Kakhaber</b> THE PROBLEM OF DEEFENING POVERTY IN GEORGIA .....	6
<b>Євтушенко Вікторія Анатоліївна, Маслій Вікторія Олександрівна</b> ДОСЛІДЖЕННЯ ПЕРЕГОВОРІВ ЯК ЗАСОБУ КОМУНІКАТИВНОЇ МАРКЕТИНГОВОЇ ПОЛІТИКИ .....	8
<b>Ишунов Вячеслав Васильевич</b> УРАВНЕНИЕ НУЛЕВОЙ СТОИМОСТИ .....	12
<b>Копитко Тетяна Юріївна, Підвисоцька Людмила Ярославівна</b> ОРЕНДА ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ: МІЖНАРОДНА ПРАКТИКА ТА ВІТЧИЗНЯНИЙ ДОСВІД.....	19
<b>Нохріна Лариса Анатоліївна, Бердін Никодим Сергійович</b> СМАРТ-ВЕКТОР РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ .....	25
<b>Олешко Анна Анатоліївна, Павленко Артур Олександрович, Рубанович Олександр Юрійович</b> КОНКУРЕНТНІ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ ЕКОНОМІЧНОЇ КРИЗИ.....	29
<b>Остапенко Юлія Петрівна, Солоданюк Катерина Віталіївна</b> ОСОБЛИВОСТІ ОБЛІКУ РОЗРАХУНКІВ З УЧАСНИКАМИ ЗА НАЦІОНАЛЬНИМИ ТА МІЖНАРОДНИМИ СТАНДАРТАМИ .....	33
<b>Писаревський Ілля Матвійович, Коньовшій Тетяна Сергіївна, Гиря Марія Володимирівна</b> РЕКОНСТРУКЦІЯ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННИХ КОМПЛЕКСІВ. ПРОБЛЕМИ, ПОШУК, РІШЕННЯ .....	38
<b>Терзиев Венелин Кръстев, Климук Владимир Владимирович</b> ФОРМИРОВАНИЕ МОДЕЛИ НАУЧНО-ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ЭКОСИСТЕМЫ: ОПЫТ БЕЛАРУСИ.....	44
<b>Чорний Роман Степанович, Чорна Неля Петрівна, Шевчук Ярослав Васильович</b> ЕЛЕКТРОМОБІЛЬНА ІНФРАСТРУКТУРА В УКРАЇНІ: ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ .....	49
<b>Шубіна Світлана Валентинівна, Перебийніс Вікторія Леонідівна</b> ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ ОБЛІКУ ТА АУДИТУ РОЗРАХУНКІВ З ПОСТАЧАЛЬНИКАМИ ТА ПІДРЯДНИКАМИ.....	54

**Tsimintia Kakhaber***Doctor of Economics, Associated Professor  
Sokhumi State University***THE PROBLEM OF DEEFENING  
POVERTY IN GEORGIA**

**Summary.** Despite that Georgia has been trying to break the “vicious circle” of poverty and “escape” it for the last 30 years, the level of poverty in the country is still high. Every fifth person is poor in relative and absolute terms, and every third person is poor in terms of subjective poverty. This indicates the need to develop a new program to combat poverty in the country, which by 2030 will be focused on overcoming all forms of poverty in Georgia.

**Key words:** poverty, depth of poverty, standard of living, revenues.

The main problem of the modern world is poverty. The efforts of the governments of both developed and evolving economic systems are primarily aimed at tackling poverty, as the main goal of any country is to ensure the well-being of the population, in particular, a high standard of living and quality of life. Although at all stages of human development, the civilized part of the world tried to overcome poverty, it still remains the most important, yet unconquerable problem.

The fact that overcoming poverty is the main goal of modern world is confirmed by the declaration of The United Nation, signed by 193 countries. “Transforming Our World: A 2030 Agenda for Sustainable Development”, the first 17 goals is to eradicate all forms of poverty [4]. The hopes of the future are somewhat dashed and the need for more efforts to tackle poverty is indicated by the UN and World Bank forecast that a global goods crisis is expected in the 40s and 50s of the current century [3, p.12].

In characterizing the incomes received by the population (households), they use the analysis of different types of incomes received by them and its dynamics. As for income differentiation, it is accepted that the following three — absolute, relative and subjective concepts are used to measure poverty in society. The absolute concept is based on the compliance of the income and expenditure of the population with the subsistence minimum established by law in the country. The relative concept is based on matching the incomes and expenditures of the population with their median significance. The subjective concept is based on the widespread subjective opinion of the population about the wealth and poverty in the country [e.g. 2].

In Georgia, as well as in other post-Soviet, evolutionary economic countries, poverty has been a major problem for the last 30 years. Although at different times, with different perspectives, methods and rules, poverty alleviation measures have been declared and implemented, no substantial progress has been made

Table 1

**Poverty rates in Georgia [5]**

#	Name the indicators	Years			
		2005	2010	2015	2019
1	Average monthly income per capita, GEL	92.1	181.4	290.2	336.1
2	Average monthly expenses per person, GEL	101.8	172.2	284.7	327.7
3	Average subsistence level per month, GEL (December)	87.1	132.5	143.9	172.5
4	Average monthly nominal salary, GEL	204.4	597.6	900.4	1129.5
5	Share of population below 60% of median consumption%	21.3	22.8	20.2	20.1
6	Percentage of population below the absolute poverty line%	35.4	37.3	21.6	19.5
7	Gini coefficient by total revenue	-	0.41	0.40	0.39
8	Unemployment rate	15.1	17.4	14.1	11.6

yet, poverty levels and depths remain high, and population differentiation by income is essential.

Although the average monthly income per capita in Georgia exceeded the average monthly expenditure in 2009, the difference is very small. In particular, the average monthly income for 2019 (336.1 GEL, about \$ 120) exceeded the average monthly expenditure by 8.4 GEL (327.7 GEL). According to both relative (20.1%) and absolute (19.5%) poverty rates, one in five people in Georgia lives below the poverty line. At the same time, the official subsistence level for absolute poverty, which is 172.5 GEL (approximately \$ 65) for 2019 and does not meet the requirements of civilized society. The Gini coefficient is also high. By 2020, the figure was set at 0.35. However, given the current situation, achieving this mark is already unrealistic. According to official statistics, the unemployment rate in Georgia has a positive trend and is decreasing from year to year. At the same time, the number of

employees is decreasing. In particular, by 2019 this figure was 1 733.8 thousand people, and by 2019 it has been reduced to 1 690.2 thousand. according to official statistics in 2019, Out of 1 690.2 thousand people employed, only 1 130 000 are confirmed to have received income., while the salaries of 191 000 people are less than 100 GEL. Subjective poverty rates are even more negative. Unemployment, poverty and low incomes are considered to be the main problems in the country according to various polls. More than 30% of households feel poor by subjective estimates of poverty.

Thus, despite the fact that Georgia has been trying to “escape” poverty for the last 30 years, the level of poverty in the country is still high. This indicates the need to develop a new poverty alleviation program that addresses the mistakes and achievements of the past. It should focus on the sustainable development agenda of the world. In particular by 2030 to overcome all forms of poverty in the country.

#### References

1. Tsimintia K. Problems of Differentiation in Georgia According To Revenues // Journal “Business Engineering”. 2017, #4. PP. 12–14. URL: [https://drive.google.com/file/d/1OwLwTJy\\_02lW3mJwZUcQL2Xkk7eQZjID/view](https://drive.google.com/file/d/1OwLwTJy_02lW3mJwZUcQL2Xkk7eQZjID/view)
2. Arabidze D. Key Indicators and Methodology for Measuring Poverty. URL: <https://www.gtuc.ge>
3. Agricultural Development Strategy of Georgia 2015–2020. URL: <https://mepa.gov.ge/Ge/PublicInformation/30>
4. URL: <http://globalcompact.ge/development-goals>
5. National Statistics Office of Georgia. URL: <https://www.geostat.ge>



УДК 339.138

**Свтушенко Вікторія Анатоліївна**

*кандидат економічних наук, доцент,  
завідуюча кафедри маркетингу, менеджменту та підприємництва  
Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна*

**Евтушенко Виктория Анатольевна**

*кандидат экономических наук, доцент,  
заведующая кафедрой маркетинга, менеджмента и предпринимательства  
Харьковский национальный университет имени В.Н. Каразина*

**Yevtushenko Victoria**

*Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,  
Head of the Department of Marketing, Management and Entrepreneurship  
V.N. Karazin Kharkiv National University*

**Маслій Вікторія Олександрівна**

*студентка  
Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна*

**Маслий Виктория Александровна**

*студентка  
Харьковского национального университета имени В.Н. Каразина*

**Masliy Victoria**

*Student of the  
V.N. Karazin Kharkiv National University*

## **ДОСЛІДЖЕННЯ ПЕРЕГОВОРІВ ЯК ЗАСОБУ КОМУНІКАТИВНОЇ МАРКЕТИНГОВОЇ ПОЛІТИКИ**

## **ИССЛЕДОВАНИЕ ПЕРЕГОВОРОВ КАК СРЕДСТВА КОММУНИКАЦИОННОЙ МАРКЕТИНГОВОЙ ПОЛИТИКИ**

## **NEGOTIATION STUDY AS A MEANS OF COMMUNICATIVE MARKETING POLICY**

**Анотація.** Метою даної статті є вивчення сутності та змісту переговорів у маркетинговій комунікаційній політиці, дослідження переговорів в якості засобу маркетингової комунікативної політики. Також, дослідження основних стилів переговорів та технологій, які мають значення у практичному використанні у маркетинговій комунікаційній політиці.

**Ключові слова:** переговори, маркетингова комунікаційна політика, формальне ділове спілкування, торговий стиль, компроміс.

**Аннотация.** Целью данной статьи является изучение сущности и содержания переговоров в маркетинговой коммуникационной политике, исследования переговоров в качестве средства маркетинговой коммуникативной политики. Также, исследование основных стилей переговоров и технологий, имеющих значение в практическом использовании в маркетинговой коммуникационной политике.

**Ключевые слова:** переговоры, маркетинговая коммуникационная политика, формальное деловое общение, торговый стиль, компромисс.

**Summary.** The purpose of this article is to study the essence and content of negotiations in marketing communication policy, the study of negotiations as a means of marketing communication policy. Also, research of the main styles of negotiations and technologies that are important in practical use in marketing communication policy.

**Key words:** negotiations, marketing communication policy, formal business communication, trade style, compromise.

**Постановка проблеми.** Сучасні ринкові умови вимагають від компаній постійної комунікації зі своїми споживачами, посередниками, постачальниками, партнерами, тощо. Процес комунікації достатньо складний, він вимагає постійного дослідження різних чинників, які впливають на результат комунікацій. Будь-які комунікації фірми умовно можна назвати переговорами зі споживачем, з постачальником чи можливим діловим партнером. На жаль, значення та зміст поняття «переговори» у комунікаційній маркетинговій політиці не достатньо розкрито. Переговори достатньо складний процес, який диференціюється в залежності від співрозмовника, від ситуації у якій перебуває компанія, від того хто є опонентом і яка мета переговорного процесу. Більшість компаній визначають переговори виключно як ділове спілкування з партнерами, постачальниками, не надаючи особливого значення переговорам зі споживачами.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Дослідження комунікативної політики завжди мало особливе значення, оскільки постійне спілкування зі своїми партнерами та споживачами може стати основним показником діяльності фірми. Дослідженням комунікативної політики займалися такі науковці як: О. Чупир, О. Сичова, А. Войчак, О. Братко, П. Сміт, К. Беррі, А. Пулфорд. В їх роботах розглядаються питання окремих засобів маркетингових комунікацій та аналіз інструментів комунікаційної політики, але питання щодо значення переговорів у маркетинговій політиці комунікацій майже не розглядалося і досі залишається відкритим.

**Формулювання цілей статті (постановка завдання).** Метою статті є вивчення процесу переговорів стосовно різних елементів середовища компанії. Визначення значення переговорного процесу у спілкуванні не тільки з постачальниками та діловими партнерами, а й виділення переговорного процесу окремо зі споживачами. Дослідити переговори як засіб комунікативної політики зі споживачами, виділити його основний стиль та технології.

**Виклад основного матеріалу.** Переговори це встановлення та фіксація зв'язків між зацікавленими сторонами діяльності підприємства. Процес переговорів завжди має певну мету, визначає коло питань, які необхідно розглянути у процесі спілкування, і реалізовується в конкретних умовах за конкретних обставин. Комерційні переговори мають велике значення у розвитку ділових стосунків та роботі підприємства. Від організації та проведення цих переговорів залежить результат роботи підприємства і його можливий розвиток у майбутній перспективі. Комерційні переговори є процесом поетапного досягнення згоди між сторонами. Переговори — це не лише розв'язання проблеми чи прийняття певних рішень, а й знаходження різних умов і можливостей досягнення мети всіма сторонами переговорного процесу. Маркетингова політика комунікацій- це процес спіл-

кування здебільшого зі споживачем, інформування споживачів про нас і нашу продукцію чи послугу та отримання зворотного зв'язку. У реалізації процесу комунікацій велику роль відіграє мета комунікацій, місце, час комунікацій. Тому є необхідність розглянути переговори як засіб маркетингових комунікацій.

Переговори мають п'ять основних форматів: дружнє спілкування, формальне ділове спілкування, партнерські переговори, жорсткі переговори та війна. Розглядаючи використання переговорних технологій у маркетингових комунікаціях зі споживачем, хочу звернути особливу увагу на формальне ділове спілкування.

Формальне ділове спілкування це обмін інформацією що несе стратегічний характер. В даній роботі я буду розглядати таке спілкування як засіб комунікації зі споживачем для отримання необхідної інформації щодо його потреб та можливостей. Організації можуть спілкуватися зі своїми споживачами шляхом письмового або усного спілкування. Менеджери можуть використовувати офіційні письмові інструменти, такі як електронні листи, записи в блогах, матеріали для орієнтації або бюлетені, мовні презентації, зустрічі. Формальне спілкування також може включати стратегічне розміщення службових або рекламних вивісок. Новинки та виступи виконавців, виставкові організації також є творчими шляхами для покращення ділових відносин через офіційне спілкування. Формальне спілкування може викликати і неформальні взаємодії, які не були заплановані. Розглянемо ситуацію спілкування продавця як представника компанії зі споживачем у торговій точці. Продавець має чіткий алгоритм комунікативного процесу зі споживачем, однак в процесі розмови як продавець так і споживач може використати неформальну взаємодію у вигляді життєвої історії чи власного враження стосовно предмету комунікативного процесу.

Формальне ділове спілкування вже передбачає поважне ставлення до свого опонента і має певну мету, тому такий формат переговорів найкраще підходить до переговорів зі споживачами.

Існує багато переговорних моделей, які підкріплюються різними стратегіями переговорів. Найкраще для спілкуванні зі споживачами підходить європейська переговорна модель «win-win». Сутність такої моделі полягає у тому що в процесі переговорів зі споживачем ми повинні прийти до результату, у якому виграють обидві сторони. Розглядаючи на практиці таку модель можна навести приклад: коли споживачів робить покупку у магазині, він виграє тому що купив необхідний йому товар а продавець що продав цей товар і отримав вигоду.

До того ж така модель спілкування зі споживачем вигідна ще і тому, що споживач бачить вашу заінтересованість у тому щоб він зробив покупку, тобто у задоволенні його потреб і таке відношення підвищує лояльність споживача до магазину чи фірми.

Кожен переговорний процес по-своєму унікальний, оскільки будь-яка зі сторін переговорів може в будь-який час внести незаплановані корективи і хід переговорів може перейти в інше русло. Проте, є стандартний план проведення переговорів, який складається з наступних етапів:

1. Обмін думками
2. Дебати
3. Конкретні пропозиції
4. Прийняття рішень і завершення переговорів.

Не зважаючи на існуючу послідовність, переговори зі споживачем матимуть дещо інший характер і складатимуться з наступних етапів:

1. Збір інформації про потреби і бажання споживача. Спочатку необхідно зрозуміти що конкретно необхідно споживачу і що ми можемо йому запропонувати

2. Аналіз даної інформації і надання пропозицій. На даному етапі необхідно надати перші пропозиції та уважно слідкувати за реакцією споживача.

3. Корегування пропозицій. Коли отримана реакція на пропозицію, її необхідно проаналізувати та скорегувати пропозицію таким чином, щоб вона максимально задовольняла потребу споживача.

4. Прийняття рішення. На даному етапі споживач або погоджується на нашу пропозицію, або відмовляється від неї.

Зі сторони комунікаційної маркетингової політики особливого значення набувають такі етапи як аналіз інформації та корегування пропозицій. Розробляючи будь-яку рекламну компанію в першу чергу необхідно орієнтуватися на ту інформацію, які ми отримали заздалегідь. Будь-яку рекламне сповіщення повинно ґрунтуватися на ретельному аналізі потреб споживачів та можливостей ринку. Тому даний переговорний етап відіграє ключову роль у маркетингу. Отримавши певну реакцію на рекламну пропозицію її необхідно скорегувати під зміни ринку щоб досягти бажаного результату.

На відміну від ділових переговорів з партнерами, переговори зі споживачами складніше контролюва-

ти. Переговори з діловими партнерами, постачальниками передбачають певний рівень підготовленості сторін, кожна зі сторін переговорного процесу вже визначила для себе певні цілі переговорів та пропозицію. Переговорний процес зі споживачем передбачає обізнаність лише однієї сторони- представника компанії. Не рідко виникає ситуація коли споживач має уявлення лише про бажаний результат. Така ситуація сильно ускладнює переговорний процес, оскільки необхідно з самого початку визначити потреби споживача та як ми можемо їх задовольнити.

**Висновки з даного дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямі.** Переговорний процес зі споживачем має багато різноманітних напрямів практичного застосування. Кожного дня ми, не помічаючи цього, використовуємо певні переговорні техніки у повсякденному житті. У комунікаційній політиці маркетингу переговори займають особливе місце. Завжди є актуальним питання як запропонувати наш товар чи послугу так щоб зацікавити споживача та перевести його до клієнта. Вивчення необхідних стилів та моделей переговорів дасть можливість більш чітко розуміти як досягти поставленої мети. Переговорний процес зі споживачами потребує ще більш детального вивчення, оскільки від успіху комунікацій зі споживачами буде залежати успіх роботи фірми та її подальший розвиток.

У сучасному світі здивувати споживача товарами чи послугами стає все складніше. Ринки на стільки перенасичені, що споживачі мають можливість вільно обирати не тільки серед величезної номенклатури та асортименту, а й місце та спосіб покупки товару чи послуги. Тому щоб зацікавити споживача необхідно звертатися до методів переговорів. До того ж споживачі стали дуже обізнаними і мають повний доступ до джерел інформації стосовно товарів і послуг, тому зацікавлення споживачів та привертання їх уваги стають більш складними завданнями. Розуміння процесу переговорів та методів їх використання зможуть зробити процес комунікацій більш ефективним для компанії.

### Література

1. Чупир О. М., Сичова О. Є. Аналіз інструментів маркетингової комунікаційної політики підприємства в системі менеджменту організації // Вісник економіки транспорту і промисловості 57. 2017.
2. Поняття про переговори. Три основи стратегії переговорів. 2019. URL: <https://pidru4niki.com/17770411/management/peregovori>
3. Формальне та неформальне ділове спілкування // Управління. 2020. URL: <https://uk.businessemt.com/72-about-6708973-formal-informal-business-communicationl-49199>
4. Маркетингова політика комунікацій. 2020. URL: [https://pidru4niki.com/1685030340056/marketing/marketingova\\_politika\\_komunikatsiy](https://pidru4niki.com/1685030340056/marketing/marketingova_politika_komunikatsiy)
5. Проведення міжнародних переговорів. Укладення договорів, угод, контрактів. 2014. URL: [https://studme.com.ua/181007135932/politologiya/provedenie\\_mezhdunarodnyh\\_peregovorov\\_zaklyuchenie\\_dogovorov\\_soglasheniy\\_kontraktov.htm](https://studme.com.ua/181007135932/politologiya/provedenie_mezhdunarodnyh_peregovorov_zaklyuchenie_dogovorov_soglasheniy_kontraktov.htm)

#### References

1. Chupir O. M., Sychova O. E. Analysis of the tools of marketing communication policy of the enterprise in the management system of the organization // Bulletin of Transport Economics and Industry 57. 2017.
2. The concept of negotiation. Three basics of negotiation strategy. 2019. URL: <https://pidru4niki.com/17770411/menedzhment/peregovori>
3. Formal and informal business communication // Management. 2020. URL: <https://uk.businessesent.com/72-about-6708973-formal-informal-business-communicationl-49199>
4. Marketing policy of communications. 2020. URL: [https://pidru4niki.com/1685030340056/marketing/marketingova\\_politika\\_komunikatsiy](https://pidru4niki.com/1685030340056/marketing/marketingova_politika_komunikatsiy)
5. Conducting international negotiations. Conclusion of contracts, agreements, contracts. 2014. URL: [https://studme.com.ua/181007135932/politologiya/provedenie\\_mezhdunarodnyh\\_peregovorov\\_zaklyuchenie\\_dogovorov\\_soglasheniy\\_kontraktov.htm](https://studme.com.ua/181007135932/politologiya/provedenie_mezhdunarodnyh_peregovorov_zaklyuchenie_dogovorov_soglasheniy_kontraktov.htm)

Ишунов Вячеслав Васильевич

Новомосковск, Украина

Ishunov Vjacheslav

Novomoskovsk, Ukraine

DOI: 10.25313/2520-2057-2020-19-6646

## УРАВНЕНИЕ НУЛЕВОЙ СТОИМОСТИ

## ZERO COST EQUATION

**Аннотация.** В экономической науке роль исходного понятия играет нулевая стоимость, которая рождается до начала самого первого обмена. Для ее обнаружения необходимы такие инструменты, как аналитическая модель процесса труда и аналитическая модель процесса личного потребления. Таким образом, последовательность поиска базового понятия экономики выглядит следующим образом: сначала облачаем процесс труда и процесс личного потребления в аналитическую форму, затем с помощью полученных моделей выводим уравнение нулевой стоимости.

**Ключевые слова:** стоимость, товар, цена.

**Summary.** In economic science, the role of the initial concept is played by zero value, which is born before the very first exchange. To detect it, tools such as an analytical model of the labor process and an analytical model of the personal consumption process are needed. Thus, the sequence of searching for the basic concept of the economy is as follows: first, we dress the labor process and the process of personal consumption in an analytical form, then, using the obtained models, we derive the equation of zero value.

**Key words:** cost, product, price.

## Вводная часть

**Постановка проблемы.** Многообразие течений современной экономической мысли, претендующих на адекватное отображение экономического бытия, представлено такими направлениями, как марксистская политэкономия, институционализм, кейнсианство, теория ожиданий, теория предложений, неолиберализм, неоклассическая экономическая теория и др. Относительно данного многообразия доктор наук В. Н. Костюк в своей книге *«История экономических учений»* дал такую оценку: *«Ни одно из современных направлений экономической мысли, — по мнению автора, — (различные теории кейнсианства, теория ожиданий, теория предложений, неолиберализм и т.д.) не может объяснить основные особенности экономической реальности... Предлагаемые ими модели и концептуальные объяснения не только являются альтернативными, но также неполными и частичными»* [3, 222]. Такое положение дел можно объяснить следующим. Любая научная дисциплина, как известно, состоит из двух частей: теории и эмпирических знаний. В случае отсутствия единой, адекватной теории, ее место занимают множество разнообразных, конкурирующих гипотез.

Что же касается истинной теории, то первым необходимым условием ее появления на свет явля-

ется наличие исходного, базового понятия, которое становится своего рода фундаментом, на которого возводится «здание» науки. В экономической науке эту роль выполняет нулевая стоимость относительно экономического субъекта. Итак, главной задачей заложение основ науки экономики становится поиск нулевой стоимости.

**Анализ исследований и публикаций.** Впервые попытка перевести товарообмен на язык математики была предпринята древнегреческим философом Аристотелем (384–322 год до н. э). Вот его знаменитое уравнение стоимости в конкретной форме: *пять лож равно одному дому* [1, с. 157]. В дальнейшем уравнение стоимости трансформировалось в уравнение меновой стоимости общего вида, которое существует в экономической литературе и поныне.

Проанализируем уравнение меновой стоимости. Воспользуемся для этого уравнением К. Маркса (1818–1883), с которого тот начал исследование стоимости в своем знаменитом *«Капитале»*:  *$x$  товара  $A = y$  товара  $B$*  [4, с. 57].

Сразу заметим, что уравнение абсурдно по сути. Согласно правилу размерности в уравнении могут сравниваться только физические величины одного качества, имеющие одинаковую размерность, т.е. размерность левой части уравнения стоимости



должна быть равна размерности правой части. В то же время, ключевым условием обмена является качественное отличие обмениваемых товаров, иначе просто теряется смысл обмен. Налицо противоречие — необходимо выполнение одновременно двух альтернативных, взаимоисключающих условий. Попытка Аристотеля и других исследователей «в лоб» описать акт обмена, потерпела неудачу: в уравнении меновой стоимости знак равно поставлен между заведомо неравными величинами, а это нонсенс. Выходит, что в фундаменте экономической науки изначально был заложен абсурд.

Как преодолеть противоречие? Математика — наука точная, здесь ничего не изменишь. Значит, осталось что-то неучтенным в отношениях обмена. Поэтому углубимся в исследование меновых отношений.

**Постановка задачи.** Базовое понятие научной дисциплины — это начальное понятие, определение которого невозможно сформулировать в терминах данной науки. Тем не менее, это не исключает существование дефиниции базового понятия за рамками исходной науки. В нашем случае, базовое понятие экономики будем искать в отношении человека и природы на биологическом уровне.

Энергия человеческого тела имеет две различные формы — израсходованная и накопленная энергия. Это двойственность энергии проецируется на взаимодействие человека с окружающей средой в форме процесса труда и процесса личного потребления. Труд и личное потребление — это две противоположные сферы деятельности человека, неразрывное единство которых обусловлено взаимозависимостью и взаимообусловленностью, а их «борьба» — взаимoisключением.

На определенном этапе социогенеза труд и личное потребление трансформировались в совместный труд и совместное потребление членов первобытной общины. Затем, приблизительно 200–300 тыс. лет назад, произошла обратная трансформация — разделение и совместного труда, и совместного потребления. По данным археологии в этот период времени произошло разделение труда между мужчинами и женщинами [6, с. 263]. Обнаружены охотничьи лагеря, в которых продолжительное время обитали только мужчины. Мужчины уходили на охоту в дальние экспедиции, а женщины с детьми оставались на стойбищах, занимаясь собирательством. Кроме того, исследуя стойбища, археологи обнаружили, что жилища того времени состояли из двух половин — мужской и женской. Таким образом, мужчины и женщины не только трудились, но питались и отдыхали обособленно.

Обособление женских и мужских коллективов, в свою очередь, послужило возникновению института собственности и зарождению обмена между собственниками.

Обмен, как одна из форм распределительных отношений, способствует перемещению преобра-

зованного вещества природы из сферы производства в сферу потребления.

**сфера производства → сфера распределения  
(обмен) → сфера потребления**

Итак, по своему происхождению отношения между человеком и природой являются первичными, определяющими, а меновые, экономические отношения между людьми по отношению к преобразованному веществу природы вторичными, производными.

Разумеется, что перед изучением производных отношения надлежит познать исходные. Так как труд и личное потребление представляют собой единство двух противоположностей, то сначала отобразим раздельно процесс труда и процесс личного потребления в аналитической форме, затем с их помощью выведем уравнение нулевой стоимости.

### Основная часть Модель труда

Построение аналитической модели предполагает, во-первых, разложение исследуемого явления на составляющие и, во-вторых, выявление всех видов взаимодействия между ними.

К основным компонентам процесса труда относятся: затраченная организмом экономического субъекта энергия, продукт труда и окружающая среда, в которой вершится труд.

**Затраченная энергия.** Что касается энергии, то человеку не дано видеть того, что происходит внутри его организма в процессе труда. Снижение запасов депонированных высокоэнергетических веществ (гликогена и липидов) воспринимается человеком через вегетативные чувства: слабость, усталость, голод. Если рассматривать затраченную энергию относительно человека, т.е. абстрагироваться от конкретных условий ее затрат, то она называется абстрактным трудом. *Абстрактный труд — это субъективное восприятие человеком реально затраченной организмом энергии. Для его обозначения воспользуемся литерой «А».*

**Продукт труда.** Продукт труда имеет две характеристики: качественную и количественную. Качественная особенность идентифицируется набором свойств, которые человек выделяет и использует в процессе труда. Для выражения количества продукта используются общепринятые единицы измерения (например, литр, килограмм, метр). Математическое выражение продукта труда имеет следующий вид:

$$Пт = K \cdot eu \cdot Птр,$$

где  $Пт$  — продукт труда;

$K$  — число;

$eu$  — единица измерения;

$Птр$  — качественная особенность продукта труда.

Например, выражение «5 литров молока» состоит из  $K = 5$  (число десятичной системы исчисления),

$eu$  = литр (единица измерения объема),  $Птр$  — мо-  
локо (качественная особенность продукта труда).

Окружающая среда. В качестве третьего элемента выступает окружающая среда, где процесс труда совершается и которая оказывает на него влияние. Все многообразие факторов среды можно свести к пяти факторам: вещественный, технологический, природный, человеческий, общественный.

**Вещественный фактор.** К данному фактору относятся, главным образом, орудия труда. Чем они более совершенные, тем меньше затрат человеческого труда приходится на единицу продукта.

**Технологический фактор.** Технология процесса труда включает в себя совокупность последовательных операций, различных приёмов и способов получения, обработки или переработки сырья, материалов или изделий. Естественно, при разных технологиях будут и различные затраты труда.

**Природный фактор.** Природные условия могут быть весьма разнообразными, сюда относятся: климат, время суток, температура воздуха, метеорологические осадки, плодородие почвы, полезные ископаемые, богатство полей, лесов и водоемов, природные катаклизмы. Например, если человек трудится в жару, то его организм расходует больше энергии; на землях, богатых гумусом урожай намного выше.

**Человеческий фактор.** Человеческий фактор включает в себя: знания, умение, опыт, сноровка, темперамент, эмоциональный настрой, состояние здоровья, физические данные и т.д. Так, при выполнении одной и той же технологической операции опытный работник меньше расходует энергии. Пережитое эмоциональное возбуждение увеличивает расходование энергии организмом человека на 11–19% [5, с. 286].

**Общественный фактор.** К общественному фактору относятся социальная значимость труда, психологическая обстановка в трудовом коллективе и обществе. Например, принудительный труд раба на плантации отличается своей продуктивностью от труда свободного крестьянина на собственной земле.

А теперь произведем обобщение: те факторы, которые оказывают влияние на конкретный процесс труда, образуют конкретные условия труда. Характер этого влияния определим как трудоемкость и обозначим литерой «Э». **Трудоемкость конкретных условий труда выражает величину труда «а», которая расходуется при производстве единицы продукта труда «1Птр» в данных условиях:**

$$Э = \frac{а}{1Птр}.$$

Имея в своем распоряжении основные составляющие труда, отобразим взаимодействие между ними:

$$Пт = \frac{А}{Э}.$$

Данное аналитическое выражение — это **модель труда**, которая гласит: *количество и качество производимого продукта труда зависит прямо пропорционально от величины затраченного труда и обратно пропорционально от трудоемкости конкретных условий.*

Представим модель труда иначе:

$$А = Пт \cdot Э. \quad (1)$$

Из полученного уравнения следует: *величина затраченного труда зависит прямо пропорционально от количества и качества продукта труда, а также трудоемкости конкретных условий.* Отметим, что левая часть уравнения — абстрактный труд, правая — конкретный труд.

### Модель потребления

**Личное потребление есть процесс** использования человеком продукта потребления для удовлетворения потребностей. Основными компонентами потребления являются: энергия потребления, продукт потребления и окружающая среда, в которой совершается потребление.

**Продукт потребления.** Продукт потребления обладает качественной и количественной определенностью. Качественная особенность продукта потребления делает его тем, чем он отличает его от всех остальных вещей, что выделяет в нем человек и использует при удовлетворении своих потребностей. Для выражения количества продукта потребления используются соответствующие единицы измерения (килограмм, метр, литр). Математическое выражение продукта потребления имеет следующий вид:

$$Пп = К \cdot eu \cdot Ппот$$

где  $Пп$  — продукт потребления;

$К$  — число;

$eu$  — единица измерения;

$Ппот$  — качественная особенность продукта потребления.

По своему характеру воздействия на человеческий организм продукты потребления делятся на две группы: продукты питания, предметы потребления.

**Продукты питания** являются единственным источником энергии депонированных и пластических веществ для обновления тканей организма. Биологическая и энергетическая ценность продуктов питания обуславливается содержанием в них белков, жиров, углеводов, витаминов, минеральных солей, воды и т.д.

**Предметы потребления** сами по себе не являются прямым источником энергии, но они позволяют человеку либо экономить накопленную ранее энергию, либо содействуют дополнительному ее приросту от потребляемых продуктов питания. Например, такие предметы потребления: как одежда, обувь или жилище — не приносят в организм человека никакой энергии. Тем не менее, они защищают человека от

воздействия неблагоприятных погодных условий и тем самым позволяют организму экономить накопленную ранее энергию. Предметы потребления, улучшающие условия сна и отдыха (кровать, одеяло, подушка), способствуют более полному восстановлению сил человека, т.е. получить дополнительную энергию от потребленных ранее продуктов питания.

**Энергия потребления.** В процессе потребления организм человека либо накапливает, либо берегает энергию депонированных веществ. Назовем ее энергией потребления и будем обозначать в дальнейшем буквой «Е». *Энергия потребления — это энергия депонированных веществ, которую организм человека накапливает или берегает в процессе личного потребления.*

Всякое изменение уровня энергии, происходящее в организме в процессе потребления, дано человеку в вегетативных ощущениях: состояние здоровья, самочувствие, мышечного тонуса, умственных и физических способностей, что воспринимается человеком как некая величина пользы. *Польза — это субъективное восприятие человеком реальной энергии потребления.*

**Внешняя среда.** Роль третьей составляющей процесса потребления принадлежит окружающей среде. К факторам внешней среды относятся: вид удовлетворяемой потребности, способ потребления продукта, вещественный фактор, природный фактор, человеческий фактор, общественный фактор.

*Вид удовлетворяемой потребности.* Ввиду того, что потребностей у человека великое множество, а продукт потребления обладает рядом свойств, то один тот же продукт может использоваться для удовлетворения различных потребностей. В соответствие с этим величина получаемой энергии потребления от данного продукта будет различной.

*Способ потребления продукта.* В зависимости от способа потребления конкретного продукта величина энергии потребления будет различной. Питательная ценность различных блюд приготовленных из одного и того же продукта различна.

**Вещественный фактор.** Вещественный фактор включает в себя средства потребления, которые сопутствуют процессу потребления. Есть ложкой суп и пить горячий чай из кружки, спать в кровати намного удобнее, чем без них.

**Природный фактор.** Природный фактор (климат, время суток, земля, водоемы, леса и прочее) оказывает влияние на величину энергии потребления, получаемую от продукта потребления. Например, в дождь зонт спасает от дождя, в солнечную погоду защищает от солнца.

**Человеческий фактор.** Знание, опыт, темперамент, состояние здоровья и др. — все эти индивидуальные способности человека и особенности его организма влияют на величину энергии потребления. Например, бережное ношение одежды позволяет увеличить срок ее службы.

**Общественный фактор.** Общественное мнение, традиции, религия, нравы, обычаи оказывают определенное влияние на процесс потребления. Восприятие футбольного матча дома по телевизору иное, чем на стадионе среди людей.

Относительно факторов окружающей среды совершим обобщение. Те факторы окружающей среды, которые оказывают влияние на конкретный акт потребления, образуют конкретные условия потребления. Характер этого влияния определим как эффективность условий потребления. Обозначим данный показатель буквой «Ф». *Эффективность конкретных условий потребления выражает величину энергии потребления «е», которая накапливается или сохраняется при потреблении единицы продукта «1Ппот» в данных условиях:*

$$\Phi = \frac{e}{1Ппот}.$$

Расчленив потребление на составляющие, перейдем теперь к обратному действию — синтезу. Пусть, есть некое количество продукта потребления «Пп», к тому же определены конкретные условия его потребления, которые характеризуются эффективностью «Ф», тогда величина энергии потребления «Е» будет определяться формулой:

$$E = Пп \cdot \Phi. \quad (2)$$

Полученное аналитическое выражение есть **модель потребления**, которая гласит: *величина энергии потребления зависит прямо пропорционально от количества и качества продукта потребления и эффективности условий его потребления.*

Заметим, что левая часть уравнения есть выражение энергии потребления в абстрактной форме, или польза. Правая сторона уравнения также является выражением энергии потребления, но здесь она представлена уже в конкретной форме, как полезность продукта потребления. *Полезность продукта потребления — это субъективное восприятие человеком энергии потребления, получаемой от данного продукта в конкретных условиях потребления.*

### Товар, цена, стоимость

В сфере производства экономический субъект пребывает в статусе производителя. В процессе труда его организм расходует энергию (А), которая зависит от количества (х) и природных свойств продукта труда (Птр), а также трудоемкости условий труда (Э). Величину затраченной энергии можем вычислить посредством модели труда (1):

$$x \cdot Птр \cdot Э = x \cdot a = A. \quad (3)$$

В сфере потребления экономический субъект находится в статусе потребителя. При потреблении продукта его организм накапливает энергию потребления (Е), которая зависит от количества (у) и природных качеств продукта потребления (Ппот),



а также эффективности конкретных условий потребления ( $\Phi$ ). Величину данной энергии можем оценить с помощью модели потребления (2):

$$y \cdot \Pi_{\text{пот}} \cdot \Phi = y \cdot e = E. \quad (4)$$

Основным физиологическим условием существования человека является возмещение затраченной энергии. Затраченная энергия организмом человека в процессе труда должна восполняться в процессе личного потребления, иначе человеку грозит сначала истощение организма, а затем неизбежно смерть. Труд и польза — это две формы одной сущности — энергии депонированных веществ, а потому качественно однородны, благодаря чему имеется возможность их сравнения.

Энергию потребления равную по величине затраченному труду назовем *необходимой энергией потребления* ( $E_n$ ), т.е.  $E_n = A$ .

Та часть энергии потребления, которая превышает по величине необходимую энергию, назовем *прибавочной энергией потребления* ( $\Delta E$ ).

Прибавочная энергия потребления — это основа основ существования и развития человеческой цивилизации, поэтому всякое общество крайне заинтересовано в наращивании ее количества. Вследствие этого энергия потребления, содержащаяся в отдельно взятом продукте потребления, в обществе, как правило, делится на необходимую и прибавочную энергию:

$$E = E_n + \Delta E,$$

где  $E$  — энергия потребления,  
 $E_n$  — необходимая энергия,  
 $\Delta E$  — прибавочная энергия.

Используя модель потребления (2), преобразуем последнее выражение:

$$\Phi \cdot \Pi_n = \Phi \cdot \Pi_n + \Phi \cdot \Delta \Pi$$

$$\Pi_n = \Pi_n + \Delta \Pi$$

где  $\Pi_n$  — продукт потребления,  
 $\Pi_n$  — необходимый продукт,  
 $\Delta \Pi$  — прибавочный продукт.

Таким образом, продукт потребления относительно энергии потребления в обществе делится на необходимый и прибавочный продукт.

В сфере распределения происходит изменение статуса экономического субъекта — здесь он превращается из производителя в продавца, а из потребителя — в покупателя, т.е. становится двойственным в своих отношениях.

Изменение статуса субъекта отражается на его отношении к продукту труда и продукту потребления, которые становятся для него товаром. *Товар* — это объект обмена, который является для продавца продуктом труда, а для покупателя продуктом потребления. Таким образом, товар, с одной стороны, продукт труда, а с другой стороны, продукт потребления, т.е. двойственен в своей сущности.

Экономический субъект как продавец предлагает свой товар. *Предложение товара* — желания продавца обменять свой товар на чужой. Продукт труда ( $\Pi_{\text{тр}}$ ) для продавца пребывает в ипостаси предлагаемого товара ( $T_{\text{пр}}$ ), т.е.  $T_{\text{пр}} = \Pi_{\text{тр}}$ .

Экономический субъект как покупатель спрашивает чужой товар. *Спрос товара* — это желания покупателя получить чужой товар в обмен на собственный. Продукт потребления ( $\Pi_{\text{пот}}$ ) для покупателя в акте обмена пребывает в ипостаси спрашиваемого товара ( $T_{\text{сп}}$ ), т.е.  $T_{\text{сп}} = \Pi_{\text{пот}}$ .

Участвуя в обмене, экономический субъект претендует не только на необходимую энергию потребления в полном объеме, но и на долю прибавочной энергии потребления, заключенную в спрашиваемом товаре, как продукте потребления. В связи с тем, что акт обмена совершается в определенных условиях, субъекту удается использовать некоторые из них, чтобы влиять на соотношение затраченного труда и планируемой пользы.

Все множество факторов обмена можно разбить на четыре группы: вещественный, природный, человеческий, общественный.

*Вещественный фактор* включает в себя разнообразные средства обмена, которые используются или сопутствуют процессу обмена (весы, прилавки, упаковка, тара и т.д.). Например, подкручивая весы или облегчая весовые гири, можно повлиять на соотношения труда и пользы.

*Природный фактор* — это погода, климатическая зона, сезон года, время суток и т.п. В частности, жара влияет на срок годности скоропортящихся продуктов, что, в свою очередь, оказывает влияние на уступчивость продавца.

*Человеческий фактор*. Обмен есть момент межличностного отношения, где происходит не только вещественный обмен, но устанавливается психический контакт на информационном и эмоциональном уровне. Посему человеческие особенности (знания, умения, опыт, сноровка, тип характера и т.д.) оказывают влияние на взаимоотношения между людьми. Так, умение экономического субъекта уговаривать, убеждать, навязывать свое мнение другому субъекту позволяет выгодно обменять свой товар.

*Общественный фактор*. Всё многообразие отношений в обществе: общественное мнение, традиции, обычаи, реклама — оказывает определенное влияние на участников обмена. Например: общественное мнение о полезности или вредности какого-нибудь продукта оказывает влияние на спрос данного вида товара.

Все те факторы, которые экономический субъект задействует при обмене, представляют собой конкретные условия обмена. Характер использования условий обмена детерминируем как эффективность использования условий обмена и обозначим буквой «Б». Из основного физиологического условия существования человека следует, что этот показатель не

может быть меньше единицы ( $B \geq 1$ ). **Эффективность условий обмена** — это безразмерный показатель, показывающий, во сколько раз польза превышает труд.

Тогда соотношение между трудом «А» и пользой «Е», которое планирует достичь при обмене экономический субъект, представим в математической форме:

$$B \cdot A = E. \quad (5)$$

В данном выражении отображается восприятие человеком его вегетативных ощущений труда и пользы как двух различных форм энергии человеческого тела. Ввиду того, что энергия человеческого тела представлена в абстрактной форме, данное выражение назовем **уравнением соотношения труда и пользы в абстрактной форме**.

Используя выражение затраченного труда (3) и выражение планируемой пользы (4), преобразуем уравнение (5):

$$B \cdot \Theta \cdot x \cdot \Pi_{тр} = y \cdot \Pi_{пол} \cdot \Phi. \quad (6)$$

В уравнении отображено соотношения труда и пользы в осязаемой, вещественной или *конкретной форме*.

В сфере распределения происходит превращение продукта труда и продукта потребления в товар, т.е.  $T_{тр} = \Pi_{тр}$  и  $T_{сп} = \Pi_{пол}$ , поэтому уравнение (6) обретает особую, *товарную форму*:

$$B \cdot \Theta \cdot x \cdot T_{тр} = y \cdot T_{сп} \cdot \Phi.$$

Модифицируем полученное уравнение — замаскируем те члены уравнения, которые экономический субъект никогда и никому не раскрывает во время обмена, для чего объединим их в один фактор «ЦЕНА»:

$$\frac{B \cdot \Theta}{\Phi} = \text{ЦЕНА}.$$

Раскроем сущность фактора «ЦЕНА»:

$$\text{ЦЕНА} = \frac{B \cdot \Theta}{\Phi} = \frac{E \cdot a \cdot T_{сп}}{e \cdot A \cdot T_{тр}} = \frac{y T_{сп}}{x T_{тр}} = \frac{n \cdot T_{сп}}{1 \cdot T_{тр}},$$

где  $B = E/A$ ;  $E/e = y$ ;  $A/a = x$ ;  $y/x = n$ .

**Цена предлагаемого товара**, или просто **цена** — означает, сколько единиц спрашиваемого товара приходится на одну единицу предлагаемого товара; определяется трудоемкостью условий производства предлагаемого товара, эффективностью условий потребления спрашиваемого товара и эффективностью использования условий обмена; имеет размерность равную отношению спрашиваемого товара к предлагаемому товару.

В результате всех преобразований соотношения труда и пользы (5) получаем уравнение стоимости предлагаемого товара:

$$\text{ЦЕНА}(x T_{тр}) = y T_{сп}. \quad (7)$$

**ОПРЕДЕЛЕНИЕ. Стоимость предлагаемого товара** — это количество спрашиваемого товара, которое желает получить продавец в обмен на свой товар, исходя из цены предлагаемого товара.

Выражение (7) является уравнением соотношения труда и пользы в *меновой*, или *стоимостной форме*.

Стоимость предлагаемого товара — это внешняя, открытая форма условия товарообмена предназначена для всеобщего обозрения, где соотношение труда и пользы намеренно завуалировано так, чтобы не было доступно чужому восприятию. Стоимостная форма необходима экономическому субъекту для того, чтобы при обмене, утаивая свои исходные данные, иметь возможность присваивать наряду с необходимым продуктом как можно большую долю прибавочного продукта.

Как видим, экономическому субъекту достаточно знаний, чтобы спрогнозировать стоимость собственного товара еще до начала обмена. Стоимость, что является на свет раньше, чем сам обмен, назовем *нулевой*.

Заметим, что нулевую стоимость не только можно, но и необходимо заблаговременно определять, причем, обоим участникам обмена. В силу того, что спрашиваемый товар является продуктом потребления, который делится на необходимый и прибавочный продукт, обмен, по сути, есть момент распределения необходимого и прибавочного продукта, а стоимость — инструмент этого распределения. А раз так, то всякий обмен предполагает наличие у ее участников инструмента распределения (стоимости) еще до начала дележа.

Нулевая стоимость — это первая историческая форма стоимости, без которой обмен просто не мог начаться. Она является предтечей меновых, экономических отношений.

Итак, мы получили в своем распоряжении то, что искали, базовое понятие экономики — уравнение нулевой стоимости относительно экономического субъекта.

### Заключение

1. Обладая дефиницией стоимости, можем идентифицировать ошибку в уравнении меновой стоимости, допущенную еще Аристотелем. В данном уравнении отсутствует обязательный элемент обмена — цена, что и ведет к абсурду. Откорректируем уравнение стоимости акта обмена, рассмотренного Аристотелем. Дано: спрашивается товар «дом», предлагается товар «лож», цена предлагаемого товара равна 0,2 дома за одну ложу. Тогда уравнение стоимости будет иметь следующий вид:

$$\text{ЦЕНА} \cdot 5 \text{ лож} = 0,2 \frac{\text{дом}}{\text{лож}} \cdot 5 \text{ лож} = (0,2 \cdot 5) \text{ дом} = 1 \text{ дом}.$$

2. Первые в истории человечества акты обмена можно условно разделить на три этапа: первый,



подготовительный этап — установление нулевой стоимости; второй этап — торг, который начинается с «борьбы» двух нулевых стоимостей и заканчивается появлением меновой стоимости; третий этап — непосредственный обмен товарами. Представленный выше генезис нулевой стоимости есть, по сути, момент исследования первого этапа. В свою очередь, обладание уравнением нулевой стоимости

для обоих участников обмена дает возможность детально просканировать процесс торга и выявить все потенциальные варианты меновой стоимости, а также определить условие окончания торга. Таким образом, уравнению нулевой стоимости предназначена роль исходного, базового понятия в деле познания первой исторической формы обмена — случайного товарообмена.

#### Литература

1. Аристотель. Сочинения в четырех томах: [Перев. и ред. А. И. Доватура] / Аристотель. М.: Мысль, 1983. Т. 4. 830 с.
2. История экономических учений: [Учеб пособие] / Под ред. В Автономова, О. Ананьина, Н. Макашевой. М.: ИНФРА-М, 2008. 784 с. (Высшее образование).
3. Костюк В. Н. История экономических учений / В. Н. Костюк. М.: Центр, 1997. 224 с.
4. Маркс. К. Капитал. Критика полит. экономии / К. Маркс. Т. 1; Кн. 1: Процесс производства капитала. М.: Политиздат, 1988. VI, 905 с., ил., портр.
5. Основы физиологии человека: [Учебник. Изд 2-е испр.] / Н. А. Агаджанин, И. Г. Власова, Н. В. Ермакова, В. И. Торшин. М.: РУДН, 2005. 368 с. ил.
6. Семенов Ю. И. На заре человеческой истории / Ю. И. Семенов. М.: Мысль, 1989. 318 с.
7. Ядгаров Я. С. История экономических учений: [Учебник] / Я. С. Ядгаров. М.: ИНФРА-М, 2006. 480 с. (Высшее образование).

#### References

1. Aristotel. Sochineniya v chetyrekh tomakh: [Perev. i red. A. I. Dovatura] / Aristotel. M.: Mysl, 1983. T. 4. 830 s.
2. Istoriya ekonomicheskikh ucheniy: [Ucheb posobie] / Pod red. V Avtonomova, O. Ananina, N. Makashevoy. M.: INFRA-M, 2008. 784 s. (Vysshee obrazovanie).
3. Kostyuk V. N. Istoriya ekonomicheskikh ucheniy / V. N. Kostyuk. M.: Tsentr, 1997. 224 s.
4. Marks. K. Kapital. Kritika polit. ekonomii / K. Marks. T. 1; Kn. 1: Protsess proizvodstva kapitala. M.: Politizdat, 1988. VI, 905 s., il., portr.
5. Osnovy fiziologii cheloveka: [Uchebnik. Izd 2-e ispr.] / N. A. Agadzhanin, I. G. Vlasova, N. V. Yermakova, V. I. Torshin. M.: RUDN, 2005. 368 s. il.
6. Semenov Yu. I. Na zare chelovecheskoy istorii / Yu. I. Semenov. M.: Mysl, 1989. 318 s.
7. Yadgarov Ya. S. Istoriya ekonomicheskikh ucheniy: [Uchebnik] / Ya. S. Yadgarov. M.: INFRA-M, 2006. 480 s. (Vysshee obrazovanie).

**Копитько Тетяна Юріївна**

*магістрант*

*Університету банківської справи*

**Копытько Татьяна Юрьевна**

*магистрант*

*Университета банковского дела*

**Korytko Tetiana**

*Undergraduate of the*

*University of Banking*

**Підвисоцька Людмила Ярославівна**

*кандидат економічних наук, доцент,*

*доцент кафедри облікових технологій і оподаткування*

*Університету банківської справи*

**Подвысоцкая Людмила Ярославовна**

*кандидат экономических наук, доцент,*

*доцент кафедры учетных технологий и налогообложения*

*Университета банковского дела*

**Pidvysotska Lyudmyla**

*Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,*

*Associate Professor of Accounting Technology and Taxation*

*University of Banking*

ORCID: 0000-0001-5287-3805

## **ОРЕНДА ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ: МІЖНАРОДНА ПРАКТИКА ТА ВІТЧИЗНЯНИЙ ДОСВІД**

## **АРЕНДА ОСНОВНЫХ СРЕДСТВ: МЕЖДУНАРОДНАЯ ПРАКТИКА И ОТЕЧЕСТВЕННЫЙ ОПЫТ**

## **FIXED ASSETS RENTAL: INTERNATIONAL PRACTICE AND DOMESTIC EXPERIENCE**

**Анотація.** В статті досліджено питання щодо операцій оренди основних засобів, посилаючись на міжнародну практику та набутий вітчизняний досвід суб'єктів господарювання. Проаналізовано нормативно законодавчі положення щодо операцій оренди основних засобів у міжнародній площині та на національному рівні. Виокремлено суттєві відмінності практик згідно ПСБО 14 «Оренда», МСБО 16 «Оренда» у порівнянні із стандартом МСБО 17 «Оренда». Висвітлено питання обліку операцій оренди основних засобів для операційної та фінансової оренди у орендаря та орендодавці. Розкрито принциповість зміни положень обліку оренди у практичній діяльності. Визначено важливість економічної складової та комерційної функції управління операціями оренди.

**Ключові слова:** оренда, орендна операція, основні засоби, орендар, орендодавець, операційна оренда, фінансова оренда, П(с)БО, МСФЗ, облік.

**Аннотация.** В статье исследованы вопросы по операциям аренды основных средств, ссылаясь на международную практику и приобретенный отечественный опыт субъектов хозяйствования. Проанализированы нормативно законодательные положения по операциям аренды основных средств в международной плоскости и на национальном уровне. Выделены существенные различия практик согласно НСБУ 14 «Аренда», МСБУ 16 «Аренда» по сравнению со стандартом МСФО 17 «Аренда». Освещены вопросы учета операций аренды основных средств для операционной и финансовой аренды у арендатора и арендодатели. Раскрыто принципиальность изменения положений учета аренды в практической

деятельности. Определены важность экономической составляющей и коммерческой функции управления операциями аренды.

**Ключевые слова:** аренда, арендная операция, основные средства, арендатор, арендодатель, операционная аренда, финансовая аренда, П (С) БУ, МСФО, учет.

**Summary.** The article examines the issue of fixed assets lease transactions, referring to international practice and the gained domestic experience of business entities. The normative legal provisions on lease of fixed assets in the international arena and at the national level are analyzed. Significant differences in practices under IAS 14 Leases and IAS 16 Leases compared to IAS 17 Leases have been identified. The issue of accounting for lease of fixed assets for operating and financial lease from the lessee and the lessor is covered. The principle of changing the provisions of rent accounting in practice is revealed. The importance of the economic component and the commercial function of leasing operations management is determined.

**Key words:** lease, lease transaction, fixed assets, lessee, lessor, operating lease, financial lease, UAS, IFRS, accounting.

**Постановка проблеми.** В умовах глобалізації та розвитку міжнародних економічних відносин національні системи господарювання все активніше переходять на міжнародні стандарти фінансової звітності при розкритті інформації у фінансовій звітності. Сьогодні в Україні Так, в Україні операції проводяться і згідно національних положень і стандартів, і за міжнародними стандартами. В ЄС, наприклад, діють міжнародні стандарти обліку і звітності, проте в врахування певних норм, прийнятих в ЄС. Через подвійність систем регулювання господарської діяльності виникають проблеми щодо розуміння правил, процедур та методів управління, обліку і звітування. Через це, питання оренди основних засобів наразі є особливо актуальними для вивчення та аналізу.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Питання щодо принципів оренди основних засобів, визначення поняття основних засобів, істотних умов їх визнання та порядку оцінки висвітлені в працях багатьох вчених. Було досліджено роботи таких науковців як: Овчиннікова О. О. [1]; Лучко М. Р. [2]; Горбачова Л. В. [3] та ін.. Незважаючи на певну ступінь вивченості питання обліку та відображення в звітності орендних операцій, в умовах економічних перетворень, що відбуваються в Україні залишається ще багато невирішених завдань в частині нормативно-правового та бухгалтерського регулювання операцій за договорами оренди. Також, у січні 2016 року було опубліковано МСФЗ 16 «Оренда», який набрав чинності з 01 січня 2019 року. «Новий» стандарт впливає на фінансову звітність багатьох підприємств, які раніше керувалися МСБО 17 «Оренда».

**Формулювання цілей статті.** Метою наукової статті є дослідження економічної природи та теоретичних аспектів обліку операцій з оренди, розробки науково обґрунтованих методологічних і практичних рекомендацій з обліку орендних операцій виходячи з міжнародної практики та імплементації такого досвіду у вітчизняну площину.

**Виклад основного матеріалу.** У більшості господарюючих суб'єктів виникає необхідність в сучасних та модернізованих засобах виробництва, рухомому та нерухомому майні для здійснення своєї підприємницької діяльності. Придбання даних активів

у власність вимагає одноразового виведення з обігу суттєвої суми коштів. Тимчасові труднощі можливо подолати за рахунок оренди необхідного майна. Таким чином, орендні відносини в процесі еволюції права власності та права володіння і використання перетворили звичайну оренду в сукупність економічних відносин з характерними ознаками.

Незважаючи на активний розвиток операцій з оренди в Україні, багато проблем пов'язано з правовим регулюванням і порядком відображення в бухгалтерському обліку та у фінансовій звітності операцій з оренди. Численність нормативних документів, а також відмінності в порядку обліку та подання у звітності орендних операцій, які виникають у ході аналізу вітчизняної системи обліку до вимог міжнародних стандартів, перешкоджають розвитку орендних відносин в Україні, сприяють їх нестабільності і вразливості. Що в свою чергу, гальмує процес інтеграції українського бізнесу в світову економіку. У результаті чого виникає необхідність у значних перетвореннях української практики обліку даних операцій, яка обумовлена економічними процесами, пов'язаними з розвитком ринкових відносин.

Основними документами, які регулюють відносини з оренди між суб'єктами в Україні є Господарський кодекс України, Цивільний кодекс України. Також передбачено велику кількість нормативно-правових документів щодо окремих видів оренди, таких як Закон України «Про оренду державного та комунального майна», Закон України «Про фінансовий лізинг» та інші.

Правове регулювання обліку орендних операцій в Україні здійснюється в залежності від обраних підприємством стандартів ведення та складання фінансової звітності, а саме відповідно до вимог П(С)БО або МСФЗ, оскільки обидва пакети стандартів мають однакову юридичну силу залежно від характеристик суб'єкта господарювання. Законодавчо-нормативні документи щодо обліку орендних операцій наведено у таблиці 1 [4; 5; 6; 7; 8; 9].

Операції з оренди здійснюються на договірній основі. Договором оренди визначається вартість майна, термін (строк) оренди, розміри і порядок нарахування та перерахування плати за користуван-

ня — орендної плати. Сторонами договору є орендодавець (наймодавець) і орендар (наймач).

Найчастіше, об'єктом оренди виступають основні засоби. За Міжнародним стандартом обліку основних засобів (МСБО) 16 «Основні засоби», основні засоби — це матеріальні об'єкти, які утримують для використання у виробництві або постачанні товарів чи наданні послуг для надання в оренду або для адміністративних цілей; використовуватимуть, за очікуванням, протягом більше одного періоду.

На національному рівні основні засоби визначені П(С)БО 7 «Основні засоби». Згідно цих положень основні засоби — це матеріальні активи, які підприємство/установа утримує з метою використання

їх у процесі виробництва/діяльності або постачання товарів, надання послуг, здавання в оренду іншим особам або для здійснення адміністративних і соціально-культурних функцій, очікуваний строк корисного використання (експлуатації) яких більше одного року (або операційного циклу, якщо він довший за рік).

Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 14 «Оренда» визначає методологічні основи формування в обліку інформації з оренди основних засобів та розкриття інформації у звітності за такими активами [8]. У І хоча з 2019 року цей стандарт уже не відповідає новому МСФЗ 16, усе одно суб'єкти господарювання, які складають фінансову звітність

Таблиця 1

## Законодавчо-нормативні документи щодо обліку орендних операцій

Суб'єкти господарювання, які складають фінансову звітність відповідно до П(С)БО	Суб'єкти господарювання, які складають фінансову звітність відповідно до МСФЗ
Закон № 996-XIV, визначає правові засади регулювання, організації, ведення бухгалтерського обліку та складання фінансової звітності в Україні.	
П(С)БО 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності», визначаються мета, склад і принципи складання фінансової звітності та вимоги до визнання і розкриття її елементів.	МСБО 1 «Подання фінансової звітності», визначає основи подання фінансової звітності загального призначення для забезпечення її зіставності з фінансовою звітністю суб'єкта господарювання за попередні періоди, а також з фінансовою звітністю інших суб'єктів господарювання. Він установлює загальні вимоги щодо подання фінансової звітності, настанови щодо її структури та мінімальні вимоги щодо її змісту.
П(С)БО 6 «Виправлення помилок і зміни у фінансових звітах», визначається порядок виправлення помилок, внесення та розкриття інших змін у фінансовій звітності.	МСБО 8 «Облікові політики, зміни в облікових оцінках та помилки», визначені критерії до обрання та змінювання облікових політик разом з обліковим підходом та розкриттям інформації про зміни в облікових політиках, зміни в облікових оцінках та виправлення помилок.
П(С)БО 14 «Оренда», визначає методологічні засади формування у бухгалтерському обліку інформації про оренду необоротних активів та її розкриття у фінансовій звітності.	МСФЗ 16 «Оренда», встановлює принципи визнання, оцінки, подання оренди та розкриття інформації про неї. Мета МСФЗ 16 «Оренда» полягає у тому, щоб забезпечити надання орендарями та орендодавцями доречної інформації у такий спосіб, щоб ці операції були подані достовірно. На основі цієї інформації користувачі фінансової звітності можуть оцінити вплив оренди на фінансовий стан, фінансові результати діяльності та грошові потоки суб'єкта господарювання. Застосовуючи даний стандарт, суб'єкт господарювання має брати до уваги всі умови та терміни договорів та всі відповідні факти й обставини. Суб'єкт господарювання застосовує даний стандарт послідовно й узгоджено до договорів з подібними характеристиками та за подібних обставин.
Податковий кодекс України від 02.12.2010 № 2755-VI, регулює відносини, що виникають у сфері справляння податків і зборів, зокрема визначає вичерпний перелік податків та зборів, що справляються в Україні, та порядок їх адміністрування, платників податків та зборів, їх права та обов'язки, компетенцію контролюючих органів, повноваження і обов'язки їх посадових осіб під час адміністрування податків та зборів, а також відповідальність за порушення податкового законодавства.	
Положення про документальне забезпечення записів у бухгалтерському обліку, яке затверджено Наказом Міністерства фінансів України від 24.05.1995 № 88, встановлює порядок створення, прийняття і відображення у бухгалтерському обліку, а також зберігання первинних документів, облікових регістрів, бухгалтерської та іншої звітності, що ґрунтується на даних бухгалтерського обліку, підприємствами, їх об'єднаннями та госпрозрахунковими організаціями (крім банків) незалежно від форм власності, установ та організацій, основна діяльність яких фінансується за рахунок коштів бюджету.	
Положення про інвентаризацію активів та зобов'язань, яке затверджено Наказом Міністерства фінансів України від 02.09.2014 № 879, визначає порядок проведення інвентаризації активів і зобов'язань та оформлення її результатів та застосовується юридичними особами, створеними відповідно до законодавства України, незалежно від їх організаційно-правових форм і форм власності, а також представництвами іноземних суб'єктів господарської діяльності	



відповідно до національних стандартів, продовжують керуватися П(С)БО 14. Облік в Україні розподіляє оренду на фінансову (за певними ознаками) та операційну (як ту, що не визнається фінансовою).

Раніше міжнародними стандартами обліку було передбачено аналогічний розподіл. У п. 4 П(С)БО 14 фінансову оренду визначено як оренду, що передбачає передачу орендареві всіх ризиків і вигід, пов'язаних із правом користування та володіння активом. При цьому, існують і міжнародні стандарти, що регулюють операції з обліку оренди основних засобів. Все частіше на практиці підприємства звертаються саме до міжнародних стандартів обліку. Вони містять суттєві положення, що постійно вдосконалюються та їх зручно використовувати у вирішенні облікових ситуацій. Так, за МСФЗ визнання оренди фінансовою не залежить безпосередньо від того, як її класифіковано в договорі. Це зазначено в п. 63 МСФЗ 16, а раніше аналогічну норму містив п. 10 МСБО 17. Згідно із зазначеними нормами, чи є оренда фінансовою або операційною, залежить від сутності операції, а не від форми договору. Зупинимось детальніше на дослідженні питань обліку орендних операцій за міжнародними стандартами.

Раніше орендні операції проводились за нормами МСБО 17. Цей стандарт визначає вказівки щодо визнання та подальшого розкриття вимог щодо оренди. У 2019 році відбулись суттєві корегування порядку обліку операцій оренди і на сьогодні як актуальні діють положення МСФЗ 16 «Оренда». Цей стандарт встановлює принципи визнання, оцінки, подання оренди та розкриття інформації про неї. На основі цієї інформації користувачі фінансової звітності можуть оцінити вплив оренди на фінансовий стан, фінансові результати діяльності та грошові потоки суб'єкта господарювання.

Різниця між МСБО 17 та МСФЗ 16 широко обговорювана серед спеціалістів та показує дійсну прин-

ципову відмінність підходів до справи оренди при зміні трактування положень та підходів до визнання та оцінки [10]. Розробка МСФЗ 16 стала прикладом того, що більш точна інформація може бути представлена користувачам фінансової звітності за допомогою уточнення норм і положень. Розгляньмо ключові відмінності в обліку оренди відповідно до чинного МСБО 17 «Оренда» та П(С)БО 14 «Оренда», а також особливості МСФЗ 16 «Оренда» та порівняймо його з МСБО 17 «Оренда». У таблиці 2 представлено порівняння ПСБО 14 «Оренда» та МСФЗ 16 «Оренда» [8; 9].

МСФО 16 було прийнято в сучасній редакції з метою вдосконалення положень МСФО 17. Практика змін стала досить успішною. Так, можна встановити суттєві практичні відмінності в врахуванням змін, що відбулись у положеннях МСФО 16. У таблиці 3 представлено порівняння МСБО 17 «Оренда» та МСФЗ 16 «Оренда» [9; 11].

МСФЗ 16 включає суттєві аспекти, що дозволяють компаніям визначити, чи є договір договором оренди, договором про надання послуг або їх поєднанням. Згідно з новим стандартом з обліку оренди підхід до врахування у орендаря щодо двох компонентів в договорі зміниться, тому що оренда повинна буде відображатися в складі бухгалтерського балансу за винятком короткострокової оренди і оренди малоцінних активів.

Вимоги МСФЗ 16 з розділення орендних компонентів і компонентів, які не є орендою, і розподілу відшкодування за окремими компонентами вимагають від керівництва застосування професійного судження при виявленні таких компонентів і застосуванні оцінок для визначення окремих оцінок.

«Новий» стандарт, за очікуваннями експертів, в подальшому призведе до збільшення активів і пасивів в бухгалтерському балансі, а також до змін в поданні даних в звіті про прибутки і збитки і про

Таблиця 2

Порівняння положень ПСБО 14 «Оренда» та МСФЗ 16 «Оренда»

Суттєві положення ПСБО 14 «Оренда»	Суттєві положення МСФЗ 17 «Оренда»
ПСБО 14 «Оренда» з операційної оренди вимагає врахувати орендований об'єкт на позабалансовому рахунку за вартістю, визначеною в договорі.	МСФЗ 16 такого вимоги не виставляє. Стандартом потрібно визнання активу як право користування об'єктом оренди та зобов'язання по оренді.
ПСБО 14 «Оренда» не вимагає розкриття інформації продажу майна з подальшою його орендою.	МСФЗ 16 окремо визначає, що потрібно обов'язково описати істотних умов договору оренди та умов продажу майна з подальшою його орендою.
ПСБО 14 «Оренда». Різниця між сумою мінімальних орендних платежів та вартістю об'єкта фінансової оренди, за якою він був відображений у бухгалтерському обліку орендаря на початку строку фінансової оренди, є фінансовими витратами орендаря. Належна за користування об'єктом операційної оренди плата визнається витратами згідно з Положенням (стандартом) бухгалтерського обліку 16 «Витрати» на прямолінійній основі протягом строку оренди або з урахуванням способу одержання економічних вигод, пов'язаних з використанням об'єкта операційної оренди.	МСФЗ 16 визначає відображення операційних витрат з оренди як сума амортизації права користування і фінансових витрат у вигляді нарахованих відсотків.



рух грошових коштів. Орендні витрати за МСФЗ 16 замінені амортизацією і процентними витратами в звіті про прибутки і збитки (аналогічно відображенню фінансової оренди). Це призвело до визнання орендних витрат на початковому етапі оренди, що для деяких означає зниження доходів і зменшення власного капіталу безпосередньо після початку оренди в порівнянні з даними за обліку операційної оренди, як було раніше.

«Новий» стандарт впливає на найбільш широко використовувані фінансові коефіцієнти і показники діяльності, такі як співвідношення власного і позикового капіталу, коефіцієнт покриття, оборотність активів, відсоткове покриття, ЕВІТ, операційний прибуток, чистий дохід, чистий прибуток на акцію, дохід на вкладений капітал, прибутковість капіталу і потоки грошових коштів від операційної діяльності. Однак деякі показники діяльності, такі як операційний прибуток, ЕВІТ, ЕВІТДА і потоки грошових коштів від операційної діяльності, що відображаються в звітності, покращуються без будь-яких змін у відповідних потоках грошових коштів або комерційної діяльності.

Оренда являє собою важливе і широко використовується фінансове рішення. Її застосування дозволяє компаніям отримувати доступ до майна та обладнання та використовувати його без значного відтоку грошо-

вих коштів на початковому етапі. Вона також забезпечує гнучкість і дозволяє орендарям вирішувати питання амортизації та управління ризиком ліквідаційної вартості. Таким чином, вирішення питань адаптованого нормативного забезпечення операцій оренди в обліку та звітності має надзвичайно важливе значення правильної оцінки ефективного використання основних засобів в підприємницькій діяльності.

**Висновки з даного дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямку.** Таким чином, можемо говорити про те, що оренда основних засобів є актуальним питанням, проте недостатньо врегульованим в нормативному та управлінському аспектах. Так, маємо сказати, що використання і національних, і міжнародних стандартів операцій оренди основних засобів створює додаткову складність у розумінні норм і положень щодо порядку оформлення, обліку та звітування за цими операціями.

Вважаємо за необхідне перейти на міжнародні стандарти в напрямі регулювання орендних операцій основних засобів. Це допоможе інтенсифікувати роботу підприємництва в частині передачі основних засобів в оренду, створить додаткові доходи та напрями взаємодії між економічними суб'єктами.

Правила, норми та термінологія мають бути зрозумілими, єдиними, орієнтованим на захист сторін.

Таблиця 3

Порівняння положень МСБО 17 «Оренда» та МСФЗ 16 «Оренда»

МСФЗ 16 «Оренда»	МСБО 17 «Оренда»
<i>Визначення поняття</i>	
Оренда — це операція, в якій було ідентифіковано активи, за який орендар отримує практично всі економічні вигоди та визначений спосіб використання активу	Оренда — угода, за якою орендарю надається право використовувати об'єкт оренди протягом обумовленого терміну в обмін на орендні платежі на користь орендодавця
<i>Передача прав на оренду</i>	
Право контролювати використання ідентифікованого активу: отримувати практично всі економічні вигоди від використання ідентифікованого активу; безумовне право визначати спосіб використання ідентифікованого активу. Право надається протягом певного періоду в обмін на відшкодування	Право власності в кінцевому підсумку може як передаватися, так і не передаватися. Право надається протягом певного періоду в обмін на відшкодування протягом узгодженого періоду часу в обмін на платіж або ряд платежів
<i>Класифікація оренди</i>	
В основі класифікації лежить право контролювати використання активу	В основі класифікації оренди лежить розподіл ризиків і вигод, пов'язаних з володінням активом
<i>Облік в орендаря</i>	
Визнається актив і зобов'язання на основі дисконтованих платежів, які необхідно здійснити за договором оренди, з урахуванням терміну оренди, що визначається відповідно до нового стандарту	Фінансова оренда: як актив і зобов'язання в оцінці за справедливою вартістю або за поточною вартістю мінімальних орендних платежів, якщо вона менше справедливої вартості. Операційна оренда: орендні платежі враховуються і визнаються у звіті про прибутки та збитки як витрати протягом строку оренди в міру їх виникнення
<i>Облік в орендодавця</i>	
Для угод з фінансування або продажу в бухгалтерському балансі відображається дебіторська заборгованість по оренді і залишкова частка орендаря в активі	На початку терміну оренди орендодавець списує вартість зданого в оренду майна і визнає в складі активів дебіторську заборгованість Активи, передані в оренду, залишаються на балансі орендодавця, протягом періоду оренди по них нараховується амортизація

Економічний аспект такого регулювання має нести комерційну спрямованість, а не тільки закривати юридичні питання. З часом при правильному управ-

ління орендні операції зможуть надати основним засобам бути більш ліквідними, ефективними та рентабельними.

### Література

1. Овчиннікова О.О. Відмінності обліку та звітності оренди за МСБО 17 та за П(С)БО 14 «Оренда». URL: <https://www.sworld.com.ua/konfer38/458.pdf>
2. Лучко М.Р., Бенко І.Д. Облік і фінансова звітність за міжнародними стандартами / М.Р. Лучко, І.Д. Бенко. Тернопіль: Екон. думка ТНЕУ, 2016. 360 с.
3. Горбачова Л.В. Облік основних засобів: вітчизняний і зарубіжний досвід. URL: <file:///C:/Users/Marina/Downloads/5486Текст%20статті-11016-2-10-20180611.pdf>
4. Про затвердження Національного положення (стандарту) бухгалтерського обліку 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0336-13#Text>.
5. Міжнародний стандарт бухгалтерського обліку 1 (МСБО 1) Подання фінансової звітності. URL: [https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/929\\_013#Text](https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/929_013#Text).
6. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 6 «Виправлення помилок і зміни у фінансових звітах». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0392-99#Text>.
7. Міжнародний стандарт бухгалтерського обліку 8 (МСБО 8) Облікові політики, зміни в облікових оцінках та помилки. URL: [https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/929\\_020#Text](https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/929_020#Text)
8. ПБО 14 «Оренда». URL: <http://www.visnuk.com.ua/uk/publication/100009271-pbo-14-orenda>
9. Міжнародний стандарт фінансової звітності 16. URL: [https://mof.gov.ua/storage/files/IFRS16-ukr\\_AH-compressed-1.pdf](https://mof.gov.ua/storage/files/IFRS16-ukr_AH-compressed-1.pdf)
10. Ключова різниця — МСБО 17 проти МСФЗ 16. URL: <https://uk.bccrwp.org/compare/difference-between-ias-17-and-ifs-16/>
11. Міжнародний стандарт бухгалтерського обліку 17 «Оренда». URL: [http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/929\\_018](http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/929_018)
12. Отличия отдельных норм ПСБУ и МСФО. URL: <https://seya.com.ua/informatsiia/7-otlichiya-otdel-nykh-norm-psbu-i-msfo>
13. Податковий кодекс України від 02.12.2010 № 2755-VI. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17>
14. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 7 «Основні засоби». Затв. наказом Міністерства фінансів України від 27 квітня 2000 року № 92. URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/z0288-00>

### References

1. Ovchinnikova O.O. Differences in accounting and reporting of rent under IAS 17 and P (S) BU 14 «Lease». URL: <https://www.sworld.com.ua/konfer38/458.pdf>
2. Luchko M. R., Benko I. D. Accounting and financial reporting according to international standards / M. R. Luchko, I. D. Benko. Ternopil: Econ. opinion of TNEU, 2016. 360 p.
3. Gorbachev L. V. Accounting for fixed assets: domestic and foreign experience. URL: <file:///C:/Users/Marina/Downloads/5486Text%20statti-11016-2-10-20180611.pdf>
4. On approval of the National Regulation (standard) of accounting 1 «General requirements for financial reporting». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0336-13#Text>
5. International Accounting Standard 1 (IAS 1) Presentation of Financial Statements. URL: [https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/929\\_013#Text](https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/929_013#Text)
6. Regulation (standard) of accounting 6 «Correction of errors and changes in financial statements». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0392-99#Text>.
7. International Accounting Standard 8 (IAS 8) Accounting Policies, Changes in Accounting Estimates and Errors. URL: [https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/929\\_020#Text](https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/929_020#Text).
8. PBO 14 «Rent». URL: <http://www.visnuk.com.ua/uk/publication/100009271-pbo-14-orenda>.
9. International Standard on Financial Reporting 16. URL: [https://mof.gov.ua/storage/files/IFRS16-ukr\\_AH-compressed-1.pdf](https://mof.gov.ua/storage/files/IFRS16-ukr_AH-compressed-1.pdf)
10. The key difference is IAS 17 vs. IFRS 16. URL: <https://en.bccrwp.org/compare/difference-between-ias-17-and-ifs-16/>
11. International Accounting Standard 17 «Leases». URL: [http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/929\\_018](http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/929_018)
12. Differences between separate norms of PSBU and IFRS. URL: <https://seya.com.ua/informatsiia/7-otlichiya-otdel-nykh-norm-psbu-i-msfo>
13. Tax Code of Ukraine dated 02.12.2010 № 2755-VI. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17>
14. Regulation (standard) of accounting 7 «Fixed assets». Approved by the order of the Ministry of Finance of Ukraine of April 27, 2000 № 92. URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/z0288-00>

УДК 338.48

**Нохріна Лариса Анатоліївна**

*кандидат технічних наук, доцент,  
доцент кафедри туризму і готельного господарства  
Харківський національний університет міського  
господарства імені О.М. Бекетова*

**Нохрина Лариса Анатолиевна**

*кандидат технических наук, доцент,  
доцент кафедры туризма и гостиничного хозяйства  
Харьковский национальный университет городского  
хозяйства имени А.Н. Бекетова*

**Nokhrina Larysa**

*PhD in Technical Sciences,  
Lecturer of Tourism and Hospitality Management Department  
O.M. Beketov National University of Urban Economy in Kharkiv*

**Бердін Никодим Сергійович**

*магістр  
Харківського національного університету міського  
господарства імені О.М. Бекетова*

**Бердин Никодим Сергеевич**

*магістр  
Харьковского национального университета городского  
хозяйства имени А.Н. Бекетова*

**Berdin Nykodym**

*Master of the  
O.M. Beketov National University of Urban Economy in Kharkiv*

## СМАРТ-ВЕКТОР РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ

## СМАРТ-ВЕКТОР РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА

## SMART VECTOR OF TOURISM DEVELOPMENT

**Анотація.** Стаття присвячена соціально-економічним аспектам розвитку смарт туризму. Проаналізована дефініція «смарт туризм». Окреслено аспекти формування ІТ-туристського досвіду. Проаналізовано набір характеристик смарт туриста.

**Ключові слова:** смарт туризм, смарт місто, смарт простір, смарт покоління, туристський досвід.

**Аннотация.** Статья посвящена социально-экономическим аспектам развития смарт туризма. Проанализирована дефиниция «смарт туризм». Выделены аспекты формирования ИТ-туристского опыта. Проанализирован набор характеристик смарт туриста.

**Ключевые слова:** смарт туризм, смарт город, смарт пространство, смарт поколение, туристический опыт.

**Summary.** The article is devoted to the socio-economic aspects of the smart tourism development. Analyzed the definition of «smart tourism». Aspects of the IT-tourism experience formation are highlighted. The set of a smart tourist characteristics has been analyzed.

**Key words:** smart tourism, smart city, smart space, smart generation, travel experience.

На часі динамічний поступ смарт-технологій та засобів комунікації активно формує смарт-вектор розвитку індустрії туризму [1]. Смарт-технології забезпечують подорожуючих необхідними послугами для повноцінної й комфортної подорожі: підключення до інтернету, он-лайн продажі квитків, схеми та графіки руху транспорту, прокат транспортних засобів, телефони екстрених служб тощо. Ключовою перевагою для туристів на разі є можливість самостійного планування подорожей, тобто на разі наявною є можливість подати заяву на візу, визначитися з формальностями й правилами перебування, забронювати готель, придбати квитки, заздалегідь скачати аудіо гід та ознайомитися з визначними пам'ятками тощо.

Розвиток смарт туризму активізує впровадження нових інформаційно-комунікативних технологій [2] з метою демонстрації екологічної якості довкілля та локального туристичного потенціалу території. Інтегрованість туризму в простір міста дозволяє максимально використовувати смарт технології, навіть безпосередньо не призначені для розвитку туризму, генеруючи економічні, соціальні та екологічні результуючі ефекти.

Варто підкреслити, що комплексний розвиток смарт туризму на території населеного пункту, який навіть не планує впровадження смарт технологій, унеможливлений як такий. За визначенням експертів ЮНВТО, смарт-туризм підтримується комплексними зусиллями міст щодо збору, агрегації та використання даних, отриманих з фізичної інфраструктури, соціальних взаємозв'язків, урядових й організаційних джерел та інтелекту (штучного та людей) у поєднанні з використанням передових технологій для перетворення цих даних в досвід на місцях і бізнес-пропозиції з чітким

акцентом на ефективність, сталість і збагачення досвіду.

Туристичний напрям є напрямом смарт-туризму, якщо він включає наступні осі: творчість: креатив та нові ідеї; сталість: постійний, сталий розвиток смарт-туризму в межах концепції смарт-міста [3], а також задоволення не тільки туристських потреб, але і потреб місцевих жителів, охорона екології, захист навколишнього середовища; координація й загальна участь: позаяк впровадження смарт моделі є важелем встановлення економічних зв'язків із споживачами туристичних послуг, визначення відносин між суб'єктами управління та споживачами досягається впровадженням концепції Інтернету речей, смарт комунікацій та інших смарт-елементів. Новітні технології є чинником сталого розвитку туристичних міст, отже, вибудова взаємин між освітою, культурою і бізнесом є «розумною» інвестицією в майбутнє для нинішніх і майбутніх поколінь; відповідальність: через велику кількість доступної інформації потрібно бути упевненим і при цьому відповідальним за кожну строчку тієї інформації, за її надійність, достовірність і, в результаті у якості послуг, що надаються; використання ІТ-інструментів і додатків (ці смарт-технології особливо важливі для туризму, оскільки дозволяють організувати спрощені взаємодії для широкого спектру узвичаєних операцій, здійснюваних туристами в місці перебування, наприклад, продаж електронних квитків, мобільні платежі тощо).

У керівних документах ЮНВТО наголошено, що смарт туризм [7; 8] завжди є результатом зусиль всіх заінтересованих сторін; за змістом — це робота з інформацією, базами даних: збір, узагальнення, використання; метою є трансформація інформації в досвід споживача туристської послуги, бізнес про-

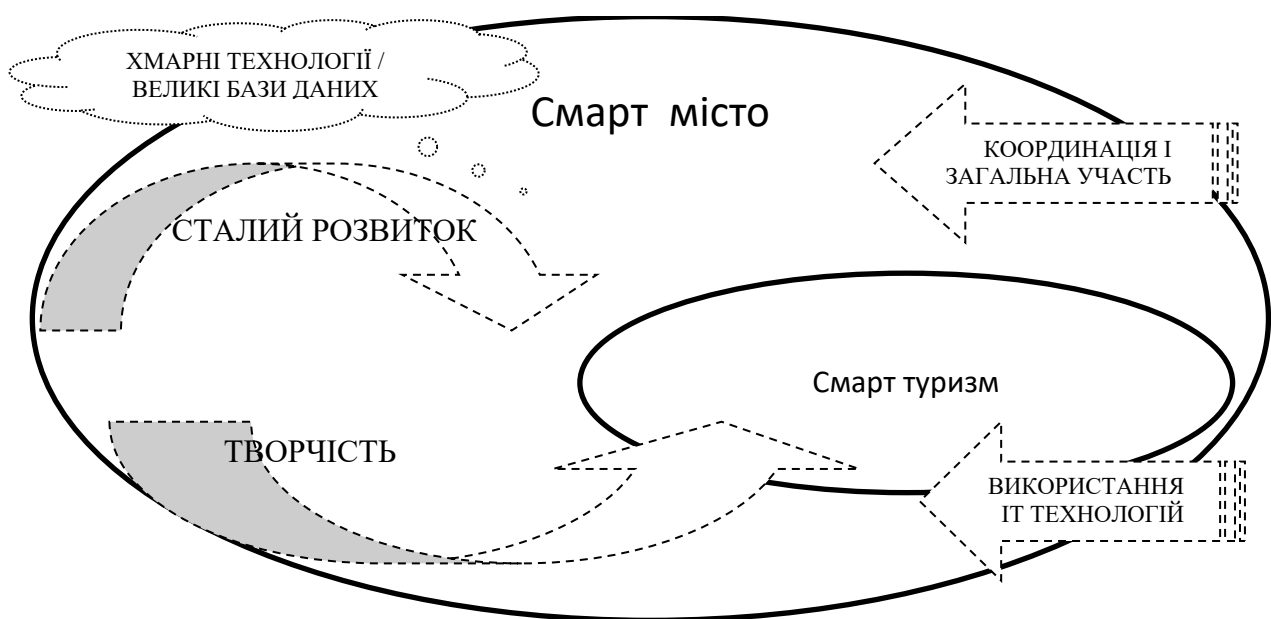


Рис. 1. Інтегрованість смарт туризму в смарт простір міста



позиції; джерелами інформації є соціальні, урядові блоки, суб'єкти інфраструктури туризму, а також фізичні особи. Обов'язковим елементом смарт туризму є використання передових інформаційних технологій. Результатом діяльності повинні стати ефективність, сталість для території і збагачення досвіду для туриста.

Таким чином смарт туризм — це туризм, в якому постійне і систематичне використання смарт елементів генерує додаткову цінність подорожі для туриста. Отже, на разі акцентується придбання додаткової цінності туристської послуги для споживача за рахунок використання смарт технологій, що з точки зору маркетингу є основним профітом смарт туризму. Проте, смарт туризм можна досліджувати з різних сторін і на різних рівнях.

Концепція смарт туризму утримує підсистеми, що складають її зміст. Смарт туристська компанія / фірма є організація, що працює у сфері туризму, та в якій використання в бізнесі смарт елементів приводить до принципово нової якості процесів, що підвищує ефективність комерційної діяльності і конкурентоспроможність фірми [4]. Сьогодні у світі достатньо прикладів використання смарт елементів у сфері туризму. Різні країни знаходять свої шляхи в цьому напрямі. Наприклад, в Азії і Європі розроблені програми інтелектуального туризму в рамках концепції смарт-місто, сприяючи просуванню регіону, при цьому виникають нові туристські напрями. В Європі розробляються мобільні додатки для користувачів. У Китаї та Південній Кореї підтримують проекти, направлені на створення технологічної інфраструктури смарт туризму. У Австралії акцент робиться на смарт управлінні.

Інновації включаються в туризм в наступних напрямках: сталий розвиток туристських зон, вибудованих на інфраструктурі найсучасніших технологій, доступних кожному індивіду без виключення; взаємодія і інтеграція споживача в середовище дестинації; підвищення якості досвіду туристів; поліпшення якості життя місцевих мешканців [5].

Ключовим інноваційним аспектом смарт туризму є формування ІТ-туристського досвіду. Однією з характерних особливостей смарт туризму є його креативний характер, позаяк смарт туристи беруть активну участь у формуванні туристського досвіду. На разі варто підкреслити, що смарт туризм за концептуальним змістом орієнтований на відхід від масового і пасивного туризму. Нова генерація смарт туристів не тільки споживають послуги, але і створюють та покращують їх, підвищуючи цінність послуги, наприклад, дискусії в соціальних мережах, блоги, або розміщення фотографій в Instagram, формують середовище конструктивного діалогу, обміну досвідом.

Сучасне покоління смарт вже диктує свої власні умови ринку [6] і найближчим часом складе основну частину працівників і клієнтів. Таким чином до-

ступ до всього спектру технологічних можливостей «однією кнопкою» перетворює традиційну модель бізнес комунікацій на концепцію смарт, змінюючи усталені моделі споживання.

Покоління смарт генерує новий набір характеристик туриста: нові формати проведення відпочинку, нові моделі споживання, нові бізнес-моделі. У західній традиції це покоління називають digital natives, тобто «корінні жителі цифрового миру» (попереднє покоління: digital migrants). Людей нового покоління відрізняє швидкість життя, простота, технологічність і багатофункціональність, швидка адаптивність до інноваційних розробок. Нове покоління орієнтоване на здоровий спосіб життя, активне використання комп'ютерів, соцмереж, узвичаєні практики онлайн покупок. Як правило, це енергійні люди, які легко пристосовуються, вміють виконувати роботу значних обсягів, постійно прагнуть до нових знань і розвитку. Вони розуміють, що час рухається швидко, тому не хочуть бути вузькими фахівцями, а розвиваються в різних сферах одночасно. Варто зазначити, що нове покоління часто називають «поколінням соціальних мереж»; зовнішнє середовище навколо них мінялося неймовірно швидко. Проте, незважаючи на *суцільну присутність у месенджерах і соцмережах, вони цінують фізичні зустрічі з друзями, також їм притаманні фундаментальні аспекти соціалізації* (від бажання пізнавати до прагнення матеріальних благ). Нове покоління є вельми активним в багатьох видах дозвілля, молоді люди більше подорожують, частіше відвідують культурні заходи й рідше дивляться телевизор, більше, ніж попереднє покоління читають книжки. Так, у контексті формування нової цільової аудиторії, професіонали готельного бізнесу розробляють принципово нові кшталти взаємодії з гостями і з персоналом. Концептуально змінюється формат оснащення номерів. Нова концепція для нового покоління: більше свободи і лише найнеобхідніше. Таким чином готельєри відмовляються від помпезності інтер'єру на користь функціональності, лаконічності та великої кількості розеток.

Враховуючи викладене, можна зробити висновки, що сьогодні туризм став специфічним соціокультурним явищем, яке об'єднує історію, культуру та найсучасніші інформаційні технології, перш за все, у сфері комунікацій і територіального розвитку. На думку експертів ЮНВТО у сфері територіального розвитку саме реалізація концепція «смарт місто» є підґрунтям реалізації вказаних пріоритетів й можливостей туризму на тлі розвитку цифрової економіки в смарт проектах.

Сьогодні вже не досить фокусувати туризм на формі, тобто на культурній спадщині, позаяк ключовою сутністю території є її культура, історія, наукові прориви, відношення до місцевих мешканців, надбання, досягнення та суспільні простори. На часі людям не вистачає культурних традицій,



неформальних комунікацій, які підтримують співтовариства, чистих, яскравих життєствердних емоцій і сенсів.

Формат смарт туризму передбачає трансляцію базових цінностей через призму культурно-історичної спадщини і нових моделей творчої взаємодії. Ключовими пріоритетами розвитку на часі є нові меха-

нізми маркетингу й просування турпродуктів, створення дружньої інфраструктури, робота з кадрами, розвиток професіоналізму працівників туріндустрії і орієнтованість на клієнта. Продюценти у контексті розвитку смарт туризму мають запропонувати ринку нові турпродукти на стику історії, культури та цифрових технологій.

#### Література

1. Approaches to the Analysis and Evaluation of Urban Tourism System Within Urban Destinations. *Revista de turism-studii si cercetari in turism* (16) / Bădiță, A. 2013. P. 60.
2. Boes K., Buhalis D., Inversini A. Conceptualising Smart Tourism Destination Dimensions, in Tussyadiah, I., and Inversini, A., (eds) // *Proceedings, Lugano, Springer-Verlag, Wien. ENTER*, 2015. PP. 36–46.
3. Conceptualising technology enhanced destination experiences / B. Neuhofer, D. Buhalis, A. Ladkin // *Journal of Destination Marketing & Management*, 2012. (1). PP. 54–69.
4. Marketing the competitive destination of the future / Dr Dimitrios Buhalis // *Tourism Management. As Framework Buhalis*. 2000. P. 98.
5. Progress in information technology and tourism management: 20 years on and 10 years after the Internet — The state of eTourism research / D. Buhalis, Law // *Tourism Management, Springer*, 2008. 29 (4). P. 630.
6. Smart tourism destinations. In *Information and communication technologies in tourism 2014* / D. Buhalis, A. Amarangana // *Springer*, 2013. P. 557.
7. Smart tourism tools: linking technology to the touristic resources of a city / Wesley Put-van den Beemt, Richard Smith. P. 12. URL: [https://www.cett.es/fitxers/campushtml/MiniWebs/122/papers/PUT\\_SMITH.pdf](https://www.cett.es/fitxers/campushtml/MiniWebs/122/papers/PUT_SMITH.pdf). — Електрон. версія друк. Публікації
8. What is Smart Tourism Destination. URL: <https://www.igi-global.com/dictionary/smart-tourism-destination/58472>

УДК 338.432

**Олешко Анна Анатоліївна**

*доктор економічних наук, професор*

*Київський національний університет технологій та дизайну*

**Олешко Анна Анатольевна**

*доктор экономических наук, профессор*

*Киевский национальный университет технологий и дизайна*

**Oleshko Anna**

*Doctor of Economic Sciences, Professor*

*Kyiv National University of Technologies and Design*

**Павленко Артур Олександрович**

*магістрант*

*Київського національного університету технологій та дизайну*

**Павленко Артур Александрович**

*магистрант*

*Киевского национального университета технологий и дизайна*

**Pavlenko Artur**

*Undergraduate Student of the*

*Kyiv National University of Technologies and Design*

**Рубанович Олександр Юрійович**

*магістрант*

*Київського національного університету технологій та дизайну*

**Рубанович Александр Юрьевич**

*магистрант*

*Киевского национального университета технологий и дизайна*

**Rubanovich Oleksandr**

*Undergraduate Student of the*

*Kyiv National University of Technologies and Design*

## **КОНКУРЕНТНІ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ ЕКОНОМІЧНОЇ КРИЗИ**

## **КОНКУРЕНТНЫЕ СТРАТЕГИИ ПРЕДПРИЯТИЙ В УСЛОВИЯХ ЭКОНОМИЧЕСКОГО КРИЗИСА**

## **COMPETITIVE STRATEGIES OF ENTERPRISES IN THE ECONOMIC CRISIS**

**Анотація.** У статті розглянуто види конкурентних стратегій, прийнятні до застосування в умовах економічної кризи. Поширення масштабних кризових процесів на всіх рівнях господарювання, переформатування бізнес-середовища та його пристосування до коронавірусних обмежень призводить до посилення конкуренції між підприємствами. Зазначене зумовлює необхідність формування оптимальної конкурентної стратегії із урахуванням об'єктивних кризових процесів, які прогнозовано матимуть довготривалий характер. У цьому контексті підприємства залежно від свого економічного потенціалу змушені обирати або стратегію виживання, що передбачає еволюційний розвиток з урахуванням становища, що склалося; або стратегію прориву, яка передбачає орієнтацію на лідируюче положення на ринку.

Обґрунтовано, доцільність розробки у кризових умовах антикризової стратегії. Така стратегія є довгостроковим програмним документом, що містить сукупність послідовних дій і управлінських рішень, спрямованих на забезпечення

кризових ситуацій та забезпечення конкурентоспроможності корпорації. Правильний вибір та ефективна реалізація конкурентної стратегії дозволять підприємству реалізувати конкурентні переваги й стабілізувати діяльність в кризових умовах, створивши підґрунтя для подальшого розвитку у більш сприятливій економічній ситуації.

Зроблено висновок, що в умовах економічної кризи конкурентні стратегії підприємств підлягають коригуванню з урахуванням чинників падіння платоспроможного попиту, стиснення ринку, об'єктивних пандемічних обмежень, зростання цін на сировину та матеріали, інфляційних процесів, зміни стратегій основних конкурентів та потенційних конкурентних переваг. Обґрунтована доцільність імплементації у конкурентні стратегії підприємств заходів з диверсифікації виробництва, використання цифрових технологій і засобів електронної комерції.

**Ключові слова:** конкурентна стратегія, конкурентні переваги, підприємство, економічна криза, управління конкурентоспроможністю.

**Аннотация.** В статье рассмотрены виды конкурентных стратегий, приемлемые для применения в условиях экономического кризиса. Распространение масштабных кризисных процессов на всех уровнях хозяйствования, реформирование бизнес-среды и ее приспособление к коронавирусным ограничениям приводят к усилению конкуренции между предприятиями. Указанное обуславливает необходимость формирования оптимальной конкурентной стратегии с учетом объективных кризисных процессов, которые прогнозируемо будут иметь долговременный характер. В этом контексте предприятия в зависимости от своего экономического потенциала вынуждены выбирать или стратегию выживания, предусматривающую эволюционное развитие с учетом экономической ситуации; или стратегию прорыва, которая предполагает ориентацию на лидирующее положение на рынке.

Обоснованно, целесообразность разработки в кризисных условиях антикризисной стратегии. Такая стратегия является долгосрочным программным документом, который включает совокупность последовательных действий и управленческих решений, направленных на нивелирование кризисных ситуаций и обеспечения конкурентоспособности компании. Правильный выбор и эффективная реализация конкурентной стратегии позволят предприятию реализовать конкурентные преимущества и стабилизировать деятельность в кризисных условиях, создав основу для дальнейшего развития в более благоприятной экономической ситуации.

Сделан вывод, что в условиях экономического кризиса конкурентные стратегии предприятий подлежат корректировке с учетом факторов падения платежеспособного спроса, сжатия рынка, объективных пандемических ограничений, роста цен на сырье и материалы, инфляционных процессов, изменения стратегий основных конкурентов и потенциальных конкурентных преимуществ. Обоснована целесообразность имплементации в конкурентные стратегии предприятий мероприятий по диверсификации производства, использование цифровых технологий и элементов электронной коммерции.

**Ключевые слова:** конкурентная стратегия, конкурентные преимущества, предприятие, экономический кризис, управление конкурентоспособностью.

**Summary.** The article considers the types of competitive strategies for use in an economic crisis. Large-scale crisis processes at all levels of management, reformatting the business environment, coronavirus restrictions lead to increased competition between enterprises. This leads to the formation of an optimal competitive strategy, considering the objective crisis processes, which are predicted to be long-term. Therefore, depending on their economic potential, enterprises are forced to choose either a survival strategy that involves evolutionary development considering the current situation; or a breakthrough strategy that focuses on market leadership. The expediency of developing an anti-crisis strategy in crisis conditions is substantiated. Such a strategy is a long-term policy document that contains a set of consistent actions and management decisions to prevent a crisis and ensure the competitiveness of the corporation. The right choice and effective implementation of competitive strategy will allow the company to realize competitive advantages and stabilize its activities in crisis conditions, creating a basis for further development in a more favorable economic situation. It is concluded that in times of economic crisis, competitive strategies of enterprises should be adjusted to consider the factors of falling effective demand, market contraction, objective pandemic constraints, rising prices for raw materials, inflation, changes in strategies of major competitors and potential competitive advantages. The expediency of implementation in competitive strategies of enterprises of measures on diversification of production, use of digital technologies and means of e-commerce is substantiated.

**Key words:** competitive strategy, competitive advantages, enterprise, economic crisis, competitiveness management.

**Постановка проблеми.** Поширення масштабних кризових процесів на всіх рівнях господарювання, переформатування бізнес-середовища та його пристосування до коронавірусних обмежень призводить до посилення конкуренції між підприємствами. Внаслідок стиснення платоспроможного попиту населення, скорочення ринків та введення локдауну

суттєво скоротились обсяги реалізації переважної більшості підприємств (за виключенням виробників медичної, фармацевтичної та іншої продукції, затребуваної під час коронапандемії). У цьому контексті проблема виживання та визначення стратегічних орієнтирів діяльності підприємств тісно пов'язана з формуванням оптимальної конкурентної стратегії

та/ або її коригуванням, зважаючи на об'єктивні кризові явища, які прогнозовано матимуть довготривалий характер.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Дослідженням формування корпоративних стратегій присвячені праці таких вчених як Г. Л. Азоев, О. С. Віханський, І. М. Герчикова, Є. П. Голубков, І. Ансофф, Р. А. Фатхутдінов, Ф. Буккерель, А. Дайан, Діксон, Ф. Котлер, Ж. Ж. Ламбен, Г. Мінцберг, М. Портер, А. Дж. Стрікланд, А. А. Томпсон та інших.

У цих роботах проведені ґрунтовні дослідження теорії, методології та практики формування конкурентних стратегій. Однак реалії сьогодення вимагають доповнення започаткованих досліджень з урахуванням сучасних соціально-економічних трансформацій.

**Метою статті** є визначення конкурентних стратегій, здатних забезпечити стійке становище підприємств в ринковому середовищі в умовах економічної кризи.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Конкурентна стратегія покликана сформулювати стійку і вигідну позицію підприємства та дозволяє протистояти натиску сил, які визначають конкурентну боротьбу в галузі [1]. Вона передбачає розробку управлінських рішень, спрямованих на встановлення і зміцнення довгострокової конкурентної позиції підприємства в конкретній галузі [2].

Загалом стратегія розробляється на чотирьох організаційних рівнях (від вищого до нижчого):

1. Корпоративна стратегія — стратегія для компанії та сфер її діяльності в цілому.
2. Ділова стратегія — для кожного окремого виду діяльності компанії.
3. Функціональна стратегія — для кожного функціонального напрямку певної сфери діяльності.
4. Операційна стратегія — більш вузька стратегія для основних структурних одиниць: окремих виробництв, торговельних представників, відділів маркетингу, збуту тощо [2].

У кризових умовах розробляється антикризова стратегія як довгостроковий програмний документ, що містить сукупність послідовних дій і управлінських рішень, спрямованих на убезпечення кризових ситуацій, забезпечення конкурентоспроможності, платоспроможності та фінансової стійкості корпорації [3].

На рівні підприємства антикризові стратегії можна класифікувати за різними ознаками.

За характером поведінки антикризові стратегії поділяються на: стратегії виживання — передбачають еволюційний розвиток з урахуванням становища, що склалося; стратегії прориву — забезпечують істотне поліпшення всіх аспектів діяльності і передбачає орієнтацію на лідируюче положення на ринку.

За характером поведінки на ринку антикризові стратегії є: захисні; наступальні.

За визначенням головного напрямку управління компанією видами антикризових стратегій є: стратегія стабілізації; стратегія скорочення; стратегія реструктуризації. У свою чергу стратегії скорочення за способами реалізації поділяються на: стратегії розвороту; стратегія відокремлення; стратегія ліквідації. У свою чергу стратегії стабілізації за темпами виробництва, інвестування та реалізації проектів поділяють на наступні: пауза (навмисне призупинення збільшення збуту); обережне просування (просування розпочатих програм в очікуванні успіху); без змін (заморожування ситуації, припинення перспективних інвестицій); зняття прибутку (припинення поточних інвестицій в продукт).

За характером підходів до скорочення виділяють наступні стратегії: скорочення витрат — близька до стратегії скорочення організаційних форм, тому що основною ідеєю має пошук можливостей і вжиття заходів для скорочення витрат; «збирання врожаю» — припускає відмову від довгострокової перспективи існування певного бізнесу задля одержання максимальних доходів за короткий період, тобто розуміння того, що бізнес приносить швидкі й порівняно великі гроші, але короткий період; скорочення організаційної структури, коли підприємство (установа) закриває чи продає один зі своїх підрозділів з метою довгострокової зміни меж діяльності; ліквідації, що є граничним випадком стратегії скорочення і здійснюється тоді, коли підприємство не може продовжувати діяльність [4].

До функціональних стратегій відносять фінансову, інвестиційну, організаційну стратегії, стратегію технічного розвитку, матеріально-технічного забезпечення, кадрів та соціального розвитку.

На загальнодержавному рівні в умовах економічної кризи необхідно використовувати секторальний підхід, що передбачає розробку заходів соціально-економічної та фінансової підтримки окремих секторів економіки та інституційних одиниць. Заходи підтримки підприємств малого та середнього бізнесу повинні включати такі основні: 1) відтермінування сплати податків та соціальних внесків; 2) реструктуризація та відстрочення сплати кредитів; 3) надання пільгових кредитів на відновлення виробничої діяльності; 4) субсидювання підтримки зайнятості; 5) введення мораторію на провадження справ про банкрутство; 6) субсидювання стратегічно важливих видів виробничої діяльності [5].

Таким чином, з урахуванням державної політики підтримки бізнесу, правильний вибір та ефективна реалізація конкурентної стратегії дозволять підприємству реалізувати конкурентні переваги й стабілізувати діяльність в кризових умовах, створивши підґрунтя для подальшого розвитку у більш сприятливій економічній ситуації.

**Висновки та перспективи подальших досліджень.** В умовах економічної кризи конкурентні стратегії

підприємств підлягають коригуванню з урахуванням падіння платоспроможного попиту, стискання ринку, об'єктивних пандемічних обмежень, зростання цін на сировину та матеріали, інфляційних процесів, зміни стратегій основних конкурентів

та потенційних конкурентних переваг. Необхідною умовою виживання підприємств є використання цифрових технологій, засобів електронної комерції та диверсифікація діяльності з урахуванням мінливого зовнішнього середовища.

#### Література

1. Портер М. Конкурентная стратегия: Методика анализа отраслей и конкурентов. Пер. с англ. М.: Альпина Бизнес Букс, 2005. 234 с.
2. Томпсон А. А., Стрикленд А. Дж. Стратегический менеджмент: концепции и ситуации для анализа, 17-е изд.; пер. с англ. М.: ИД «Вильямс», 2007. 928 с.
3. Олешко А. А. Механізм антикризового управління фінансовими корпораціями // Ефективна економіка. 2018. № 2. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=6106> (дата звернення: 08.12.2020).
4. Іртищева І. Обґрунтування концепції стратегічної програми в антикризовому управлінні / І. Іртищева, С. Мінакова // Економіст. 2014. № 11. С. 38–40.
5. Олешко А. А., Ровнягін О. В. Антикризова політика національних держав у контексті подолання соціально-економічних наслідків covid-19 // Ефективна економіка. 2020. № 4. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=7780> (дата звернення: 08.12.2020). DOI: 10.32702/2307-2105-2020.4.9



УДК 657.41

**Остапенко Юлія Петрівна**

*кандидат економічних наук, доцент кафедри  
обліку в кредитних і бюджетних установах та економічного аналізу  
Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана*

**Остапенко Юлия Петровна**

*кандидат экономических наук, доцент кафедры  
учета в кредитных и бюджетных учреждениях и экономического анализа  
Киевский национальный экономический университет имени Вадима Гетьмана*

**Ostapenko Yuliia**

*Candidate of Economic Sciences, Associate Professor of  
Accounting in Credit and Budgetary Institutions and Economic Analysis  
Kyiv National Economic University named after Vadym Hetman*

**Солоданюк Катерина Віталіївна**

*студентка  
Київського національного економічного університету  
імені Вадима Гетьмана*

**Солоданюк Катерина Витальевна**

*студентка  
Киевского национального экономического университета  
имени Вадима Гетьмана*

**Solodaniuk Kateryna**

*Student of the  
Kyiv National Economic University named after Vadym Hetman  
ORCID: 0000-0002-5819-5272*

## **ОСОБЛИВОСТІ ОБЛІКУ РОЗРАХУНКІВ З УЧАСНИКАМИ ЗА НАЦІОНАЛЬНИМИ ТА МІЖНАРОДНИМИ СТАНДАРТАМИ**

## **ОСОБЕННОСТИ УЧЕТА РАСЧЕТОВ С УЧРЕДИТЕЛЯМИ ПО НАЦИОНАЛЬНЫМ И МЕЖДУНАРОДНЫМ СТАНДАРТАМ**

## **FEATURES OF ACCOUNTING FOR SETTLEMENTS WITH FOUNDERS ACCORDING TO NATIONAL AND INTERNATIONAL STANDARDS**

**Анотація.** У статті розглянуто роль та значення розрахунків з учасниками в бухгалтерському обліку. Визначено основні характеристики поняття розрахунків з учасниками товариства та встановлено існуючі недоліки і рекомендації щодо їх усунення. Досліджено відмінності міжнародних стандартів бухгалтерського обліку з національними положеннями (стандартами) бухгалтерського обліку, їх вплив на облік розрахунків з учасниками та відображення в звітності.

**Ключові слова:** розрахунки з учасниками, власний капітал, національні стандарти, міжнародні стандарти, статутний капітал, дивіденди.

**Аннотация.** В статье рассмотрена роль и значение расчетов с учредителями в бухгалтерском учете. Определены основные характеристики понятия расчетов с учредителями общества и установлено существующие недостатки и рекомендации по их устранению. Исследованы различия международных стандартов бухгалтерского учета с национальными положениями (стандартами) бухгалтерского учета, их влияние на учет расчетов с учредителями и отражение в отчетности.

**Ключевые слова:** расчеты с учредителями, собственный капитал, национальные стандарты, международные стандарты, уставный капитал, дивиденды.

**Summary.** The article considers the role and significance of settlements with the founders in accounting. The main characteristics of the concept of settlements with the founders of the company are determined and the existing shortcomings and recommendations for their elimination are established. The differences of international accounting standards with national provisions (standards) of accounting, their influence on the accounting of settlements with the founders and reflected in the reporting are studied.

**Key words:** settlements with founders, equity capital, national standards, international standards, authorized capital, dividends.

**Постанова проблеми.** Власний капітал є основою функціонування підприємства, незалежно від форми власності. Структура і динаміка власного капіталу є найсуттєвішим показником, що визначає фінансовий стан підприємства. Особливе значення має вдосконалення методики обліку відносин власності та власного капіталу, адже основними споживачами інформації, що формується в системі бухгалтерського обліку, є інвестори (власники), тому інформація про власний капітал, що відображається у звітності, повинна бути повною, достовірною, прозорою і доступною, а також зрозумілою для всіх користувачів.

Розрахунки з учасниками є невід’ємною частиною власного капіталу підприємства. Тому впродовж останніх років, з метою полегшення співпраці з іноземними інвесторами, в Україні відбувається активне наближення Національних положень (стандартів) бухгалтерського обліку до міжнародних.

У практикуючого бухгалтера, в процесі господарської діяльності підприємства, починаючи з моменту його створення, виникає ряд питань пов’язаних з правильним відображенням та документальним оформленням формування статутного капіталу, вкладів до нього; в процесі функціонування підприємства — з отриманням прибутку і розподілом його між власниками та виходом учасника (засновника) з товариства. Також, бухгалтер повинен забезпечити своєчасне отримання правильно оформлених документів про операції, які відображають рух капіталу підприємства.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Проблеми методології, теоретичного обґрунтування питань, пов’язаних з обліком і внутрішньогосподарським контролем розрахунків з учасниками (засновниками) підприємства, операцій з формування та змін статутного капіталу за національними та міжнародними стандартами розглядалися у працях таких вчених, як: Ф. Ф. Бутинець, М. П. Лучко, і. В. Жолнер, В. В. Сопко, О. О. Терещенко, Т. С. Яровенко та інші.

**Постановка завдання.** Метою дослідження є визначення особливостей обліку розрахунків з учасниками та їх відображення у фінансовій звітності за національними та міжнародними стандартами.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** На даний час однозначного формулювання терміну «розрахунки» немає ні у спеціальній бухгалтерській, ні в економічній літературі. Погляди вчених на тлумачення даного терміну також відрізняють-

ся. Частина науковців визначають розрахунки як систему взаємовідносин; інші стверджують, що розрахунки — це взаємовідносини між суб’єктами.

Поняття «розрахунки» суб’єктів господарювання тісно пов’язані з поняттям заборгованості та зобов’язань. Відповідно до НП(С)БО 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності», **зобов’язання** — це заборгованість підприємства, яка виникла внаслідок минулих подій і погашення якої в майбутньому, як очікується, призведе до зменшення ресурсів підприємства, що втілюють у собі економічні вигоди [8].

Що стосується українського законодавства, відправною точкою раціональної організації і ведення бухгалтерського обліку операцій розрахунків з учасниками в Україні є положення Господарського, Цивільного та Податкового кодексів України.

Господарський кодекс регулює господарські відносини, що виникають в процесі організації здійснення господарської діяльності між суб’єктами господарювання (операції з формування, зміни та використання власного капіталу, що виникають внаслідок господарської діяльності) [9].

У Цивільному кодексі закріплено правові аспекти формування статутного капіталу, що визначають розмір, склад, строки, порядок внесення вкладів учасниками, оцінку майна при внесенні і вилученні, порядок зміни часток учасників, їх відповідальність за порушення зобов’язань за внесками [9].

Податковий кодекс визначає податки і збори, які можуть бути утримані під час операцій розрахунків з учасниками господарських товариств.

Закон України «Про господарські товариства» визначає поняття і види господарських товариств, правила їх створення, діяльності, а також права і обов’язки їх учасників та засновників. Також слід відмітити Закон України «Про товариства з обмеженою та додатковою відповідальністю» та Закон України «Про акціонерні товариства», які регламентують специфіку саме цих видів організаційно-правової форми господарювання.

В міжнародній практиці регулювання розрахунків з учасниками на законодавчому рівні здійснюється кожною країною окремо, відповідно до специфіки законодавства.

У зв’язку з глобалізацією економіки та активною економічною співпрацею країн одна з одної, виникла необхідність уніфікувати дані бухгалтерського обліку для порівняння фінансової інформації, наведених у фінансовій звітності.

В українському законодавстві розрахунки з учасниками регулюються Національними стандартами бухгалтерського обліку. Але Закон України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» визначає підприємства, які обов'язково повинні складати фінансову звітність за міжнародними стандартами. Прикладом таких підприємств є публічні акціонерні товариства, банки, страхові компанії, кредитні спілки тощо [4].

Розрахунки з учасниками регламентуються такими положеннями: НП(С)БО 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності», П(С)БО 13 «Фінансові інструменти», П(С)БО 21 «Вплив змін валютних курсів» (для підприємств, статутний капітал яких формується у іноземній валюті).

В міжнародних стандартах питання обліку розрахунків з учасниками широко варіюється. Облік розрахунків з учасниками регулюється МСБО 1 «Подання фінансової звітності», МСБО 27 «Консолідована та окрема фінансова звітність», МСБО 32 «Фінансові інструменти: подання», МСБО 39 «Фінансові інструменти: визнання і оцінка», МСФЗ 2 «Платіж на основі акцій», МСФЗ 7 «Фінансові інструменти: розкриття інформації», МСФЗ 9 «Фінансові інструменти», а також тлумачення КТМФЗ 17 «Розподіл негрошових активів на користь власників». Кожен із стандартів визначає певний аспект визнання операцій із власним капіталом або віднесення відповідних операцій до розрахунків за зобов'язаннями [10].

Як в національних положеннях (стандартах), так і в міжнародних відсутній стандарт, що прямо регламентує порядок обліку розрахунків з учасниками.

Без капіталу неможливо почати будь-яку підприємницьку діяльність, адже навіть найменше підприємство вимагає певної суми, щоби зареєструвати його в органах виконавчої влади. Для цього потрібні ресурси, які власники (засновники) інвестують в підприємство.

Відповідно до ч. 2 ст. 115 Цивільного кодексу України та ч. 1 ст. 86 Господарського кодексу України внесками до статутного капіталу господарського товариства можуть бути: грошові кошти, цінні папери, рухоме та нерухоме майно, майнові права [2; 12].

Водночас нормами чинного законодавства встановлені обмеження щодо передачі до статутного капіталу, наприклад, бюджетних коштів, коштів, отриманих у кредит і під заставу, векселів [2; 12].

В процесі взаємодії суб'єкта господарювання з його засновниками (учасниками), можна виділити два основних аспекти — внески до статутного капіталу та виплата дивідендів.

Згідно національних положень (стандартів), формування статутного капіталу відображається на рахунку 46 «Неоплачений капітал». На основі рішення протоколу засновників формується статутний капітал та робиться бухгалтерське проведення: Дт 46 «Неоплачений капітал» Кт 40 «Зареєстрований (пайовий) капітал» [11].

Внески до статутного капіталу обліковуються по кредиту рахунку 46 «Неоплачений капітал», який відповідно до виду внеску до статутного капіталу, кореспондує з такими рахунками:

- при внесенні грошових коштів засновником на розрахунковий рахунок — Дт 311 «Поточні рахунки в національній валюті»;
- при внесенні до статутного капіталу ТМЦ — Дт 20, ..., 28;
- при внесенні до статутного капіталу основних засобів чи нематеріальних активів — Дт 10, 12, 15;
- при формуванні статутного капіталу акціями чи корпоративними правами на іншу особу — Дт 14 «Довгострокові фінансові інвестиції» [1].

В Міжнародних стандартах бухгалтерського обліку, на відміну від Національних стандартів, у господарюючих суб'єктів немає визначеного обов'язку обліковувати створення та внесення статутного капіталу з використанням транзитного рахунку «неоплачений капітал». Вони надають можливість підприємствам самостійно обирати чи використовувати такий транзитний рахунок [3].

Інструментом капіталу, згідно з п. 11 МСБО 2, вважається будь-який контракт, який засвідчує залишкову частку в активах суб'єкта господарювання після вирахування всіх його зобов'язань. До цих інструментів належать акції. Унаслідок таких операцій зареєстрований капітал зазвичай збільшується на суму інструментів капіталу, емітованих для проведення відповідних розрахунків [10].

Як правило, нарахування дивідендів здійснюється за рахунок нерозподіленого прибутку. Така практика характерна як для українських так і для зарубіжних підприємств. Винятком є лише акціонерне товариство, для якого розмір дивідендів фіксується у статуті і не залежить від розміру (або взагалі наявності) чистого прибутку. В українському законодавстві чітко визначені форми виплати дивідендів: в акціонерних товариствах — лише в грошовій формі, для ТОВ і ТДВ грошовими коштами, якщо інше не встановлено одноставним рішенням загальних зборів учасників, у яких узяли участь усі учасники товариства, для решти видів господарських товариств схожих обмежень немає [5].

Саме поняття «дивіденди» чітко визначено в національних стандартах. Згідно п. 4 П(С)БО 15, дивіденди — частина чистого прибутку, розподілена між учасниками (власниками) відповідно до частки їх участі у власному капіталі підприємства. В міжнародних стандартах це немає чіткого визначення цього поняття.

Відповідно до НП(С)БО для узагальнення інформації про розрахунки з учасниками та засновниками підприємства, які пов'язані з розподілом власного капіталу (дивіденди, повернення часток тощо) призначено рахунок 67 «Розрахунки з учасниками». Для відображення виплати дивідендів використовується субрахунок 671 «Розрахунки за нарахованими

Таблиця 1

Відображення в обліку господарських операцій з нарахування та виплати дивідендів  
відповідно до національних стандартів

№	Зміст господарської операції	Кореспонденція рахунків	
		Дебет	Кредит
	Виплата дивідендів — засновнику — юридичній особі та засновнику-фізичній особі		
1	Відображено нарахування дивідендів учасникам товариства за рахунок нерозподіленого прибутку	443 «Прибуток, використаний у звітному періоді»	671 «Розрахунки за нарахованими дивідендами»
2	З поточного рахунка перераховано до бюджету авансовий внесок податку на прибуток із суми дивідендів, нарахованих засновникам-юридичним особам (18%)	641 «Розрахунки за податками»	311 «Поточні рахунки в національній валюті»
3	З нарахованих дивідендів засновникам фізичним особам утримано податок на доходи фізичних осіб (5%)	671 «Розрахунки за нарахованими дивідендами»	641 «Розрахунки за податками»
4	З нарахованих дивідендів засновникам фізичним особам утримано військовий збір (1,5%)	671 «Розрахунки за нарахованими дивідендами»	642 «Розрахунки за обов’язковими платежами»
5	Виплачено дивіденди з поточного рахунку в банку	671 «Розрахунки за нарахованими дивідендами»	311 «Поточні рахунки в національній валюті»

Джерело: складено автором на основі [11]

дивідендами» [11]. Порядок відображення операцій з виплати дивідендів, на прикладі виплати юридичній особі, наведено в Таблиці 1.

Згідно з міжнародними стандартами, дивіденди оголошуються радою директорів, з оголошенням яких пов'язано три дати:

- а) дата, оголошена радою директорів, після якої у компанії виникають зобов'язання щодо їх виплати;
- б) дата реєстрації, що визначає право на отримання дивідендів;
- в) дата виплати — дата, на яку проводиться виплата учасникам [6].

Як правило, дивіденди виплачують у грошовій формі. На дату оголошення складають проведення: Дт «Оголошені дивіденди» Кт «Дивіденди до виплати». На дату реєстрації проведення не складають. А на дату виплати проведення має такий вигляд: Дт «Дивіденди до виплати» Кт «Грошові кошти». У кінці звітного періоду рахунок «Оголошені дивіденди» закривається на рахунок «Нагромаджений нерозподілений чистий прибуток», що відображають таким проведенням: Дт «Нагромаджений нерозподілений прибуток» Кт «Оголошені дивіденди» [6].

У звітності за національними положеннями бухгалтерського обліку операції щодо розрахунків з учасниками відображають у Звіті про власний капітал та Примітках до фінансової звітності. У Примітках відображають розподіл часток зареєстрованого капіталу між власниками; права, привілеї або обмеження щодо цих часток; зміни у складі часток власників у зареєстрованому капіталі [8].

У звітності за міжнародними стандартами інформація відображається у Звіті про фінансовий

стан (балансі), Звіті про зміни у власному капіталі за період, а також у Примітках до фінансової звітності [7].

Примітки за міжнародними стандартами суттєво відрізняються від національних. На початку звіту міститься короткий огляд загальної інформації про підприємство та основних показників роботи за звітний період. Наприклад, сума виручки від продажу, чистий прибуток, оголошені дивіденди, сума цінних паперів, призначених для майбутніх капіталовкладень, число акціонерів, тощо.

**Висновки.** З даного дослідження видно, що існують незначні відмінності в обліку розрахунків з учасниками (засновниками) товариства за національними та міжнародними стандартами. Для даного об'єкту дослідження не існує одного чіткого стандарту, як в українському законодавстві, так і в зарубіжному. Розрахунки з учасниками, водночас пов'язані з зобов'язаннями та капіталом. Порівнявши кореспонденцію рахунків, видно, що є лише деякі незначні відмінності, які не мають суттєвого впливу на організацію бухгалтерського обліку розрахунків із засновниками.

Порівнявши фінансову звітність за національний та міжнародними стандартами, можна зробити висновок, що встановлені форми фінансової звітності за П(С)БО не забезпечують керівництво необхідною інформацією, а форми внутрішньої звітності, які б могли надати таку інформацію, не розроблені. Звітність за МСФЗ містить більш детальну інформацію для користувачів. Тому для національних стандартів було б доречно дослідити питання розробки більш детальної фінансової звітності.



### Література

1. Бутинець Ф. Ф. Бухгалтерський облік у зарубіжних країнах: [Навчальний посібник для студентів вищих навчальних закладів спеціальності «Облік і аудит» у 2-х т.]. Київ: ТОВ «Ліра-К», 2006. 640 с.
2. Господарський кодекс України від 16.01.2003 р. № 436-IV. Дата оновлення 16.10.2020. URL: <http://zakon.rada.gov.ua> (дата звернення 22.11.2020).
3. Жолнер І. В. Фінансовий облік за міжнародними та національними стандартами: навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. / І. В. Жолнер; Київський національний університет. К.: Центр учбової літератури, 2012. 365 с.
4. Закон України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» від 16.07.1999 р. № 996-XIV. Дата оновлення 14.11.2020. URL: <https://zakon.rada.gov.ua> (дата звернення: 22.11.2020)
5. Закон України «Про товариства з обмеженою та додатковою відповідальністю» від 06.02.2018 р. № 2275-VIII. Дата оновлення: 16.07.2020. URL: <https://zakon.rada.gov.ua> (дата звернення: 22.11.2020)
6. Лучко М. Р. Бухгалтерський облік в зарубіжних країнах: навч. посіб. / М. Р. Лучко, І. Д. Бенько. 2016. 370 с.
7. Міжнародний стандарт бухгалтерського обліку 1 «Подання фінансової звітності»: затв. Радою з Міжнародних стандартів бухгалтерського обліку від 01.01.2012. URL: <https://zakon.rada.gov.ua> (дата звернення: 22.11.2020)
8. Національне Положення (Стандарт) бухгалтерського обліку 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності»: затв. наказом Міністерства фінансів України від 07.02.2013 № 73. Дата оновлення 23.07.2019 URL: <https://zakon.rada.gov.ua> (дата звернення: 22.11.2020)
9. Нестеренко С. С. Порівняльний аспект нормативного регулювання складових власного капіталу на підприємствах різних форм власності // Ефективна економіка електрон. наук. фахове вид. 2014 № 4. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=2962> (дата звернення: 22.11.2020)
10. Остап'юк Н. Облік власного капіталу за МСФЗ // Uteka: електрон. наук. фахове вид. 2014. URL: <https://uteka.ua/ua/publication/commerce-12-msfo-28-uchet-sobstvennogo-kapitala-po-msfo> (дата звернення: 22.11.2020)
11. Сопко В. В. Бухгалтерський облік капіталу підприємства (власності, пасивів): навч. посіб. Київ: Центр навчальної літератури, 2006. 312 с.
12. Цивільний кодекс України. від 16.01.2003 № 435-IV. Дата оновлення: 16.10.2020. URL: <https://zakon.rada.gov.ua> (дата звернення: 22.11.2020)

### References

1. Butynets F. F. Accounting in foreign countries: [Textbook for students of higher educational institutions majoring in «Accounting and Auditing» in 2 volumes]. Kyiv: Lira-K LLC, 2006. 640 p.
2. Economic Code of Ukraine of January 16, 2003 № 436-IV. Date of update 16.10.2020. URL: <http://zakon.rada.gov.ua> (Accessed: 22.11.2020).
3. Zholner I. V. Financial accounting according to international and national standards: textbook way for student's higher textbook lock / I. V. Zholner; Kyiv National University. Kyiv: Center for Educational Literature, 2012. 365 p.
4. Law of Ukraine «On Accounting and Financial Reporting in Ukraine» of 16.07.1999 № 996-XIV. Date of update 14.11.2020. URL: <https://zakon.rada.gov.ua> (Accessed: 22.11.2020)
5. Law of Ukraine «On Limited and Additional Liability Companies» of February 6, 2018 № 2275-VIII. Date of update: 16.07.2020. URL: <https://zakon.rada.gov.ua> (Accessed: 22.11.2020)
6. Luchko M. R. Accounting in foreign countries: textbook. way. / M. R. Luchko, I. D. Benko. 2016. 370 p.
7. International Accounting Standard 1 «Presentation of Financial Statements»: approved // Council of International Accounting Standards from 01.01.2012. URL: <https://zakon.rada.gov.ua> (Accessed: 22.11.2020)
8. National Regulation (Standard) of Accounting 1 «General requirements for financial reporting»: approved by order of the Ministry of Finance of Ukraine dated 07.02.2013 № 73. Date of update 23.07.2019 URL: <https://zakon.rada.gov.ua> (Accessed: 22.11.2020)
9. Nesterenko S. S. Comparative aspect of regulatory regulation of equity components in enterprises of different forms of ownership // Effective Economics of Electron. Science specialties type. 2014 № 4. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=2962> (Accessed: 22.11.2020)
10. Ostapyuk N. Accounting for equity under IFRS // Uteka: electron. Science. specialties type. 2014. URL: <https://uteka.ua/ua/publication/commerce-12-msfo-28-uchet-sobstvennogo-kapitala-po-msfo> (Accessed: 22.11.2020)
11. Sopko V. V. Accounting of the capital of the enterprise (property, liabilities): textbook way. Kyiv: Center for Educational Literature, 2006. 312 p.
12. Civil Code of Ukraine from 16.01.2003 № 435-IV. Date of update: 16.10.2020. URL: <https://zakon.rada.gov.ua> (Accessed: 22.11.2020)

УДК 65.016.7

**Писаревський Ілля Матвійович**

*доктор економічних наук, професор,*

*декан факультету Менеджменту*

*Харківський національний університет міського господарства імені О.М. Бекетова*

**Писаревский Илья Матвеевич**

*доктор экономических наук, профессор,*

*декан факультета Менеджмент*

*Харьковский национальный университет городского хозяйства имени А.Н. Бекетова*

**Pysarevski Ilya**

*Doctor of Economics, Professor*

*Kharkiv O.M. Beketov National University of Urban Economy*

**Коньовшій Тетяна Сергіївна**

*студентка*

*Харківського національного університету у міського господарства імені О.М. Бекетова*

**Конёвский Татьяна Сергеевна**

*студентка*

*Харьковского национального университета городского хозяйства имени А.Н. Бекетова*

**Konyovshi Tatyana**

*Student of the*

*O.M. Beketov National University of Urban Economy in Kharkiv*

**Гиря Марія Володимирівна**

*студентка*

*Харківського національного університету у міського господарства імені О.М. Бекетова*

**Гиря Мария Владимировна**

*студентка*

*Харьковского национального университета городского хозяйства имени А.Н. Бекетова*

**Girya Maria**

*Student of the*

*O.M. Beketov National University of Urban Economy in Kharkiv*

## **РЕКОНСТРУКЦІЯ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННИХ КОМПЛЕКСІВ. ПРОБЛЕМИ, ПОШУК, РІШЕННЯ**

## **РЕКОНСТРУКЦИЯ ГОСТИНИЧНО-РЕСТОРАННЫХ КОМПЛЕКСОВ. ПРОБЛЕМЫ, ПОИСК, РЕШЕНИЯ**

## **HOTEL AND RESTAURANT COMPLEXES RECONSTRUCTION. PROBLEMS, SEARCH, SOLUTIONS**

**Анотація.** Визначено ефективний та раціональний метод реконструкції готельного підприємства. У статті надається структурування інформації про пошук та вибір раціональних шляхів реконструкції готельної будівлі. Визначте найбільш ефективний спосіб реконструкції готелів будь-якої категорії.

Готельно-ресторанний бізнес переживає еволюційний розвиток. З будівництвом нових еволюційних готелів попит на вищу категорію готелів зростає. Велика конкуренція серед готелів формує відповідний опис у споживачів. Через це готельний бізнес завжди повинен орієнтуватися на розвиток, інновації, поліпшення якості та унікальність продукції. Раціональний підхід до шляхів реконструкції готелю може надовго збільшити лояльність та попит споживача та прибуток готельного підприємства. Тому існує проблема пошуку відповідних шляхів розвитку підприємства у формі реконструкції будівлі.

Метою статті є збір та структурування інформації про шляхи реконструкції готельних підприємств, визначення раціонального та доцільного планування реконструкції в умовах безперервної роботи підприємства.

Для ресторанного готельного бізнесу тема збереження прибутку актуальна. Забезпечити збереження прибутку під час реконструкції дуже важко, тому ця стаття містить рекомендації з цієї теми. Основна – прогресивний розвиток.

Реконструкція готельного бізнесу повинна бути поступовою. Готель зможе працювати одночасно, не втрачаючи частини прибутку. Таким чином, кошти, зароблені під час будівельних робіт зможуть інвестуватися в подальшу реконструкцію.

**Ключові слова:** розвиток, реконструкція, дерево цілей.

**Аннотация.** Определён эффективный и рациональный метод реконструкции гостиничного предприятия. В статью предоставляется структурирование информации о поиске и выбор рациональных путей реконструкции гостиничного здания. Определите самый эффективный способ реконструкции гостиниц любой категории.

Гостинично-ресторанный бизнес переживает эволюционное развитие. Со строительством новых эволюционных отелей спрос на высшую категорию отелей растет. Большая конкуренция среди отелей формирует соответствующее описание у потребителей. Из-за этого гостиничный бизнес всегда нужно ориентироваться на развитие, инновации, улучшения качества и уникальности продукции. Рациональный подход к дорожным реконструкциям может помочь увеличить лояльность и попить потребителей и прибыль гостиничного предприятия. Тогда существует проблема поиска соответствующих путей развития предприятия в рамках реконструкции зданий.

Целью статьи является сбор и структурирование информации о путях реконструкции гостиничных предприятий, определение рационального и целесообразного планирования реконструкции в условиях непрерывной работы предприятия.

Для ресторанного гостиничного бизнеса тема сохранения прибыли актуальна. Обеспечить безопасность хранения прибыли при реконструкции очень важно, потому что эта статья содержит рекомендации по этой теме. Основная – прогрессивное развитие.

Реконструкция гостиничного бизнеса должна быть постепенной. Отель может работать одновременно, не теряя части прибыли. Таким образом, средства, заработанные во время строительных работ можно использовать в дальнейшей реконструкции.

**Ключевые слова:** развитие, реконструкция, дерево целей.

**Summary.** Defined the effective and rational method of reconstruction of the hotel enterprise. The article provides structuring of information about the search and selection of rational ways to reconstruct the hotel building. Determine the most effective way to renovate hotels of any category.

The hotel and restaurant business is undergoing evolutionary development. With the construction of new evolutionary hotels, the demand for the highest category of hotels is growing. The great competition among hotels forms the corresponding description at consumers. Through this hotel business you always need to focus on development, innovation, quality improvement and product uniqueness. A rational approach to road reconstructions can help increase customer loyalty and demand and the profits of the hotel business. Then there is the problem of finding appropriate ways to develop the enterprise in the reconstruction of buildings.

The purpose of the article is to collect and structure information about the ways of reconstruction of hotel enterprises, to determine the rational and appropriate planning of reconstruction in the conditions of continuous operation of the enterprise.

For the restaurant hotel business, the topic of profit is relevant. It is very important to ensure the safety of profit during the reconstruction, because this article contains recommendations on this topic. The main – progressive development.

Reconstruction of the hotel business should be gradual. The hotel can operate at the same time without losing part of the arrival. Thus, the funds raised during the construction work can be used for further reconstruction.

**Key words:** development, reconstruction, goal tree.

**Постановка проблеми.** Наразі готельно-ресторанний бізнес має тенденцію до розвитку. Будуються нові еволюційні готелі, зростає попит на готелі вищої категорії. Велика конкуренція серед готелів формує відповідний попит у споживача. Через це готельні підприємства повинні постійно націлюватися на розвиток, інновації, підвищення якості та унікальності послуг. У якості розвитку підприємства проводиться його реконструкція. Раціональний підхід до шляхів реконструкції готелю може значно підвищити попит споживачів та прибуток готельного підприємства. Відтак виникає

проблема пошуку доцільних шляхів реконструкції готельного підприємства у вигляді реконструкції будівлі та методів до її реалізації.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Наразі в Україні існує недостатньо наукових, навчальних та інтернет-видань на дану тематику. В той же час існує достатньо варіантів робіт на тематику, але вони в повній мірі не узагальнюють шляхи розвитку готелів.

Інформацію щодо реконструкції будівлі треба шукати у різних джерелах на архітектурну тематику, щоб отримати загальну інформацію. Для

адаптування отриманої інформації саме під будівлю готелю, необхідно враховувати всі державні норми і рекомендації щодо закладів розміщення, а також особливості функціонування готелів. Адже готельні підприємства мають свої принципи функціонування, такі як надання послуг розміщення і харчування. Для раціонального планування реконструкції готелю необхідно залучати економічні наукові видання, статті та інші наукові роботи.

Таким чином, тільки поєднуючи наукові роботи архітектурного, економічного характеру, державні норми для засобів розміщення та розуміння про функціонування готелів, можна раціонально побудувати шляхи реконструкції готелю та спланувати його безперервну роботу.

#### **Формулювання мети статті та постановка завдань.**

Мета статті полягає в тому, щоб зібрати та структурувати інформацію про шляхи реконструкції підприємств готельного господарства, визначити раціональне та доцільне планування реконструкції в умовах безперервної роботи підприємства.

Для того, щоб прийти до мети, треба виконати визначені завдання:

1. Провести маркетинговий аналіз підприємства готелю, у тому числі на перспективу.
2. На основі маркетингових досліджень виявити потенційні шляхи розвитку готелю.
3. Розрахувати вартість кожного із запропонованих шляхів та час на реконструкцію.
4. Через графік Витрати-Результати запропонувати раціональний шлях реконструкції готельного підприємства при безперервному функціонуванні готелю.

**Виклад основного матеріалу.** Специфіка функціонування готельного підприємства полягає в безумовній необхідності експлуатації будівлі для надання готельних послуг. Підприємство не може закрити свої двері для відвідувачів, не зазнавши витрат. Припинення роботи готелю несе за собою ризик банкрутства підприємства. Адже доходів не буде взагалі, а постійні витрати залишаться і відсутність доходів не зможе їх перекрити. Для підприємств готельного типу безперервна робота протягом всього функціонування підприємства є невід'ємною частиною знаходження його на ринку.

Розвиток готелю також є необхідною частиною його функціонування. Частіше розвиток полягає в реконструкції будівлі. Адже матеріально-технічна база та основні засоби мають тенденцію до зносу.

Особливості готельного бізнесу вимагають періодичного проведення косметичного ремонту готелю, часткової або повної зміни дизайну, оновлення меблів та обладнання, постійного поліпшення існуючих і розвитку нових послуг. Готельні підприємства розвиваються постійно, а реконструкція будівлі — як один з варіантів розвитку. Реконструкція може бути направлена на такі цілі: підвищення категорії готелю, оновлення будівлі, яке може скоро вийти з експлуа-

тації з причин небезпеки, оновлення частин будівлі, додавання кімнати або прибудови для надання нових послуг. В залежності від цілі необхідно обирати шляхи реконструкції. Але реконструкція це завжди ремонтні роботи, які можуть заважати експлуатації готелю в реальному часі. Зупинка роботи готелю веде за собою відсутність постійного доходу та присутність постійних витрат. Це тягне за собою відсутність прибутку у майбутньому. Тому, зупиняти роботу підприємства недоцільно з економічної сторони.

Незалежно від цілі — реконструкція підприємства готельного господарства повинна відбуватися поступально. Таким чином готель зможе працювати одночасно, не втрачати частину прибутку. Цей зароблений під час будівельних робіт прибуток готель зможе вкласти в подальшу реконструкцію. Регулюючи витрати та дохід, раціональне розподілення прибутку на реконструкцію, готель зможе отримати мінімальні збитки під час будівництва [2]. Якщо ж готель не буде дотримуватися поступальної реконструкції, а виведе з експлуатації заклад на деякий час, то витрат буде в рази більше, тому що не буде ніякого прибутку. Через втрату лояльності споживача та кадрів під час простою готелю, необхідно буде залучати додаткові гроші для того, щоб заново залучити покупця і працівників. Виникає необхідність заново будувати відносини з людьми, що є дуже ресурсозатратним. Також під час тривалого простою готель може припинити своє існування, як підприємство, а буде існувати лише як недобудований будинок. Адже для готелю — це прямий шлях до банкрутства. За статистикою 55% готелів закриваються під час реконструкції через нераціональне використання своїх ресурсів [2].

Дуже важливо побудувати раціональні шляхи реконструкції при тих умовах, щоб готель продовжував бути як мінімум у частковій експлуатації [4]. Задля наочності нижче представлені мінуси зупинки роботи засобу розміщення при реконструкції:

- відсутність доходу;
- відсутність потоку людей, яке веде за собою послаблення лояльності, що означає необхідність заслужувати увагу та лояльність знову та розроблювати нову маркетингову кампанію;
- вірогідна втрата робочих кадрів;
- виведення з експлуатації готелю через неспроможність покрити витрати.

Отже, до управління готелем під час реконструкції необхідно ставитись з відповідальністю та і прораховувати кожен крок дії та враховувати ризики.

Спочатку треба визначити, чи доцільно наразі використовувати саме метод реконструкції. Реконструкція необхідна в таких ситуаціях:

- великий попит на послуги та фізична неможливість обслуговувати велику кількість споживачів;
- небезпечний стан будівлі або її частини;
- можливість підвищити категорію готелю при умові високого попиту;



- додавання нових послуг, які в перспективі виправдають реконструкцію;
- необхідність зміни іміджу готелю та інше.

Це означає, що реконструкція необхідна лише в ситуаціях, коли без неї готель втратить більше, ніж якщо буде вкладатися в реконструкцію. В інших випадках доцільно обрати реновацію або ремонтні роботи, які не передбачають змін несучих конструкцій існуючої будівлі готелю.

Якщо виявилось, що проводити реконструкцію — доцільно, треба визначити які є варіанти перебудови. Адже дуже важливо не зупиняти роботу готелю [4]. Варіант перебудови буде залежати від цілі реконструкції. Опираючись на вище перелічені ситуації в готелі, цілі можуть бути наступними:

- підвищення категорії;
- запобігання небезпеки в експлуатації;
- розширення асортименту послуг;
- розширення номерного фонду;
- зміна іміджу готелю.

Підвищення категорії готелю — найпопулярніша ціль реконструкції готелів [4]. Для зміни категорії готелю є такі варіанти, як добудова додаткових поверхів, добудова повноцінного закладу харчування, добудова частини будівлі тощо. На додаткових поверхах або частинах будівлі можуть розміщуватись номери або приміщення для додаткових послуг [3]. Таким чином, частина будівлі є вільною від ремонтних робіт та прийнятна до паралельної експлуатації. З'являється відповідальність до доцільного використання існуючих площ, що є важливою метою при реконструкції. Завдяки цьому частина готелю може здавати номери та організовувати харчування. Якщо заклад ресторанного господарства на реконструкції, то в готелю є можливість замовляти сніданки та ланчі із сусідніх закладів. Таким чином основні послуги: надання проживання та харчування будуть реалізовані.

Необхідність в запобіганні небезпечних ситуацій в режимі експлуатації готелю частіше трапляється в старих будівлях довоєнної побудови і деяких будівель часів СРСР. В будівлях є певні терміни придатності експлуатації, і якщо терміни дійшли до крайньої точки, необхідно реконструювати її. У цьому випадку можливе повна зупинка роботи готелю [5]. Але доцільніше буде розпланувати реконструкцію по частинам будівлі так, щоб мінімізувати час простою готелю. Таким чином, частина будівлі буде введена в експлуатацію, поки інша буде на реконструкції.

Під час реконструкції для розширення асортименту послуг та номерного фонду, частина будівлі може бути в роботі [6]. Частіше для такої мети у в будівлі добудовують поверх, тому усі нижчі поверхи з номерами можуть бути в експлуатації.

Для зміни іміджу готелю доцільно повністю тимчасово закрити підприємство та максимально скоротити терміни реконструкції.

Однак, за умови збереження експлуатації готелю, реконструкція повинна проводитися поетапно. Таким чином вдасться досягти результативності на кожному етапі та мінімізувати витрати пов'язані з реконструкцією. Схематично це можна відобразити за допомогою графіку (Рисунок 1 «Етапи реконструкції»).

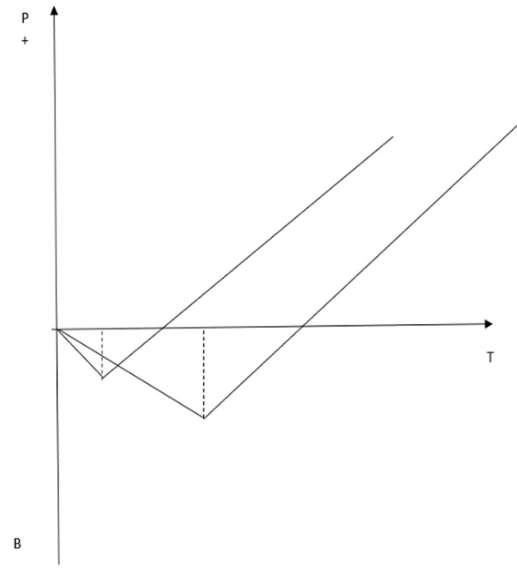


Рис. 1. Етапи реконструкції, розробка автора

Таким чином доцільність в другому етапі реконструкції виникає лише тоді, коли впроваджено перший етап. Даний метод є ефективним в поступовому оновленні готельного підприємства при збереженні його часткової експлуатації.

Для раціонального вибору шляхів реконструкції готельного підприємства пропонується такий інноваційний метод, як побудова дерева цілей на основі маркетингових досліджень. Дерево цілей — це схематичне зображення недоліків вразливих частин підприємства у вигляді потенційних цілей. Дерево цілей має свої переваги, а саме: зручність написання та використання, наочне викладання інформації, можливість мозкового штурму у момент складання дерева. Воно є високоефективним та універсальним методом відбору шляхів реконструкції підприємства.

Методом аналізу та досліджень готельних підприємств, які потребують реконструкції, була розроблена методика побудови дерева цілей.

На основі усіх можливих шляхів реконструкції схематично дерево цілей зображено на рисунку 2. Готельні підприємства мають можливість самостійно обирати необхідний шлях розвитку підприємства.

Після побудови дерева цілей необхідно обрати конкретні шляхи реконструкції та проаналізувати порядок їх реалізації. Для цього доцільно побудувати графік «Витрати-Результати», дані якого опираються на економічні розрахунки або опитування експертів щодо кожного із шляхів реконструкції.

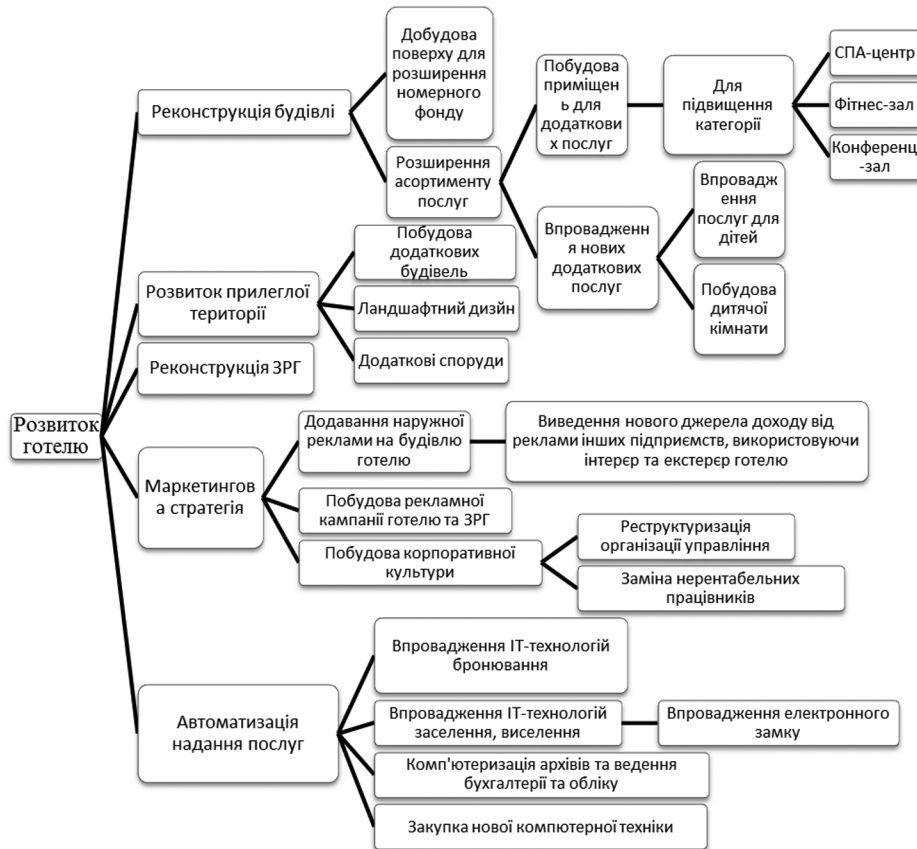


Рис. 2. Дерево цілей

Джерело: створено автором на основі [8]

Отже, у якості раціонального шляху реконструкції готельного підприємства пропонується наступне:

- виконати маркетинговий аналіз готельного підприємства;
- сформувати дерево цілей;
- відібрати найвигідніші варіанти реконструкції та розвитку;
- розробити довгостроковий план реконструкції без припинення роботи готелю або мінімізуючи

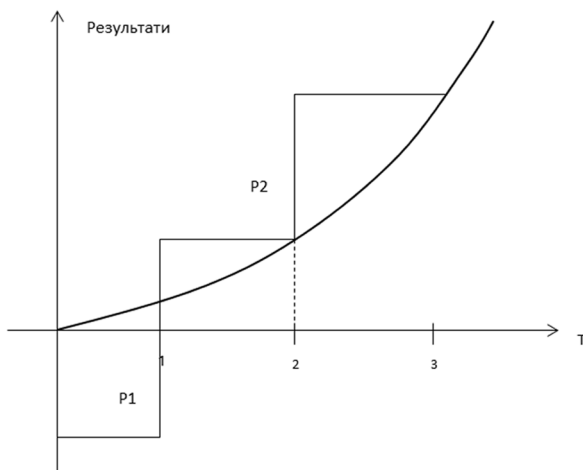


Рис. 3. Витрати-Результати

Джерело: розробка автора

простий. Цей план буде включати економічні розрахунки та показники економічної ефективності період будівельних робіт.

**Висновки.** Таким чином, вдаватися до реконструкції готелю доцільно у тих випадках, коли інші шляхи реконструкції не спрацюють у конкретній ситуації, в якій знаходиться будівля та підприємство.

Приступаючи до планування реконструкції, необхідно спочатку визначити ресурси та мету. Через різницю цих двох факторів у кожному конкретному готелі буде відрізнятися й підхід до реконструкції.

Але одне правило залишається незмінним — поступовий підхід до реконструкції та розвитку. Він полягає в тому, щоб раціонально розподілити всі ресурси, наявні на підприємстві таким чином, щоб готель міг розвиватись і працювати одночасно. Тобто, коли під час будівельних робіт підприємство продовжує діяльність, відповідно продовжує отримувати дохід, який можна вкласти в розвиток і реконструкцію. І так поступово, поки план робіт не дійде до кінця. Тоді підприємство не збанкрутує та не втратить клієнтів і працівників.

Адже для будь-якого підприємства готельного господарства реконструкція — це великі збитки. Мінімізувавши втрати від цих збитків, можна продовжувати роботу без загрози закриття готелю.

### Література

1. Лойко О. Т. Туризм и готельного господарства. Навчальний посібник / О. Т. Лойко. Томськ: Видавництво ТПУ, 2005. 152 с.
2. Писарська С. Г. Особливості реконструкції номерного фонду міського історичного готелю класу люкс на прикладі готелю «Метрополь» в Москві / С. Г. Писарська, Е. А. Мащенко // Вісник Томського державного архітектурно-будівельного університету. 2018. URL: [https://vestnik.tsuab.ru/jour/article/view/474?locale=ru\\_RU](https://vestnik.tsuab.ru/jour/article/view/474?locale=ru_RU).
3. Реконструкція готелю в жилий будинок // Zizuhotel. 2018. URL: <https://zizuhotel.ru/rossiya/rekonstrukciya-gostinicy-v-zhiloi-dom-loiko-o-t-turizm-i-gostinichnoe-hozyaistvo/>.
4. Реконструкція готелю: десять порад з реалізації проекту. 2008. URL: <https://www.frontdesk.ru/article/rekonstrukciya-gostinicy-desyat-sovetov-po-realizacii-proekta>.
5. Як оновлюють історичні готелі // Vedomosti. 2009. URL: <https://www.vedomosti.ru/realty/articles/2019/12/03/817706-obnovlyayut-istoricheskie>
6. Горгорова Ю. В. Особливості архітектурної реконструкції готелів у містах Півдня Росії: дис. канд. арх. наук: 18.00.02 / Ю. В. Горгорова, 2005.
7. Лукін В. П. Методологічне обґрунтування використання концепції маркетингу взаємодії в інноваційній діяльності підприємств [Текст] / В. П. Лукін. 92 с. (Топ книга).
8. Метод Дерева Цілей // Одеський Національний Морський Університет. URL: <https://studfile.net/preview/6808792/page:10/>

**Терзиев Венелин Кръстев**

*доктор военных наук, доктор экономических наук,  
доктор социальных наук, профессор,  
Военная академия им. Георгия Раковского (София, Болгария)  
Руссенский университет им. Ангела Кънчева (Руссе, Болгария)  
Университетская Больница имени Канев (Руссе, Болгария)*

**Terziev Venelin Krastev**

*D. Sc. (National Security), D. Sc. (Economics),  
D. Sc. (Social Activities), PhD, Professor  
Georgi Rakovski Military Academy (Sofia, Bulgaria)  
University of Rousse (Rousse, Bulgaria)  
Kaneff University Hospital (Rousse, Bulgaria)*

**Климук Владимир Владимирович**

*кандидат экономических наук, доцент  
Барановичский государственный университет (Барановичи, Беларусь)*

**Klimuk Vladimir**

*PhD, Associate Professor  
Baranavichy State University (Baranavichy, Belarus)*

DOI: 10.25313/2520-2057-2020-19-6719

## **ФОРМИРОВАНИЕ МОДЕЛИ НАУЧНО-ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ЭКОСИСТЕМЫ: ОПЫТ БЕЛАРУСИ**

### **FORMATION OF A SCIENTIFIC AND EDUCATIONAL ECOSYSTEM MODEL: THE EXPERIENCE OF BELARUS**

**Аннотация.** Сфера образования, наряду с другими отраслями экономики, испытывает потребность в поиске актуальных подходов к управлению, организации и реализации образовательного процесса на основе развивающихся цифровых технологий.

**Ключевые слова:** образование, менеджмент, системы образования, экономика.

**Summary.** The education sector, along with other sectors of economy, is in need of finding relevant approaches to the management, organization and implementation of the educational process based on developing digital technologies.

**Key words:** education, management, education systems, economics.

Современные вызовы системы образования неразрывно связаны с решением задач стимулирования ее участниками научно-исследовательской, инновационной активности, расширения профессионально-компетентностного инструментария, развития форм партнерского сотрудничества на межрегиональном и международном уровнях.

Основным генератором инновационных идей выступают университеты. Одной из важнейших проблем в процессе создания инноваций выступает низкий уровень их коммерциализации.

Возникшие проблемные вопросы в образовательной системе, связанные с цифровой трансформацией экономики и рынка труда, развитием дистанционной занятости, сопротивлением со стороны преподавателей внедрению цифровых технологий, ограничением бюджетных ресурсов, невозможностью реализации международной мобильности, обуславливают необходимость инициации новых и активизацию существующих партнерских взаимосвязей. Это позволит реализовать принцип кооперации благ, обеспечив объединение



интеллектуальных ресурсов, инвестиционных, материально-технических.

В результате объединения ресурсов образовательных организаций открываются возможности в направлении генерации совместных инновационных идей, получения дополнительных источников финансирования, формирования новой и усиления действующих проектных команд, совместного пользования элементами материально-технической инфраструктуры и другие векторы взаимодействия. Однако, в данном процессе объединения только ресурсов самих образовательных организаций недостаточно, так как конечный продукт должен быть доставлен получателю, что, в свою очередь, требует привлечения инвесторов с целью формирования необходимых финансовых ресурсов для проведения закупочных операций, организаций реального сектора экономики и бизнеса для формирования актуальных товарных запросов, органов власти для оценки приоритетности, необходимости конкретных товарных сегментов для региона (страны) [1–2].

Следовательно, главным вызовом большинства национальных экономик, включая Республику

Беларусь, является необходимость гармонизации взаимодействий субъектов научно-инновационных систем, хозяйствующих субъектов и бизнеса, органов власти в регионах, странах (рис. 1).

В текущей ситуации, обусловленной состоянием коронакризиса, актуальным направлением развития образовательных организаций, повышения инновационного потенциала регионов, стран является кооперация ресурсов организаций в международном формате сотрудничества. Поэтапный процесс трансформации идеи в готовый, реализуемый на рынке товар (рис. 2) требует вовлеченности заинтересованных партнеров.

Международное (в т.ч. межрегиональное) сотрудничество университетов и организаций выступает инструментом:

- масштабируемости результатов научно-исследовательской, инновационной, образовательной деятельности с их последующей коммерциализацией;
- участия в международных научных, образовательных проектах;
- презентации университета на новых зарубежных образовательных рынках;

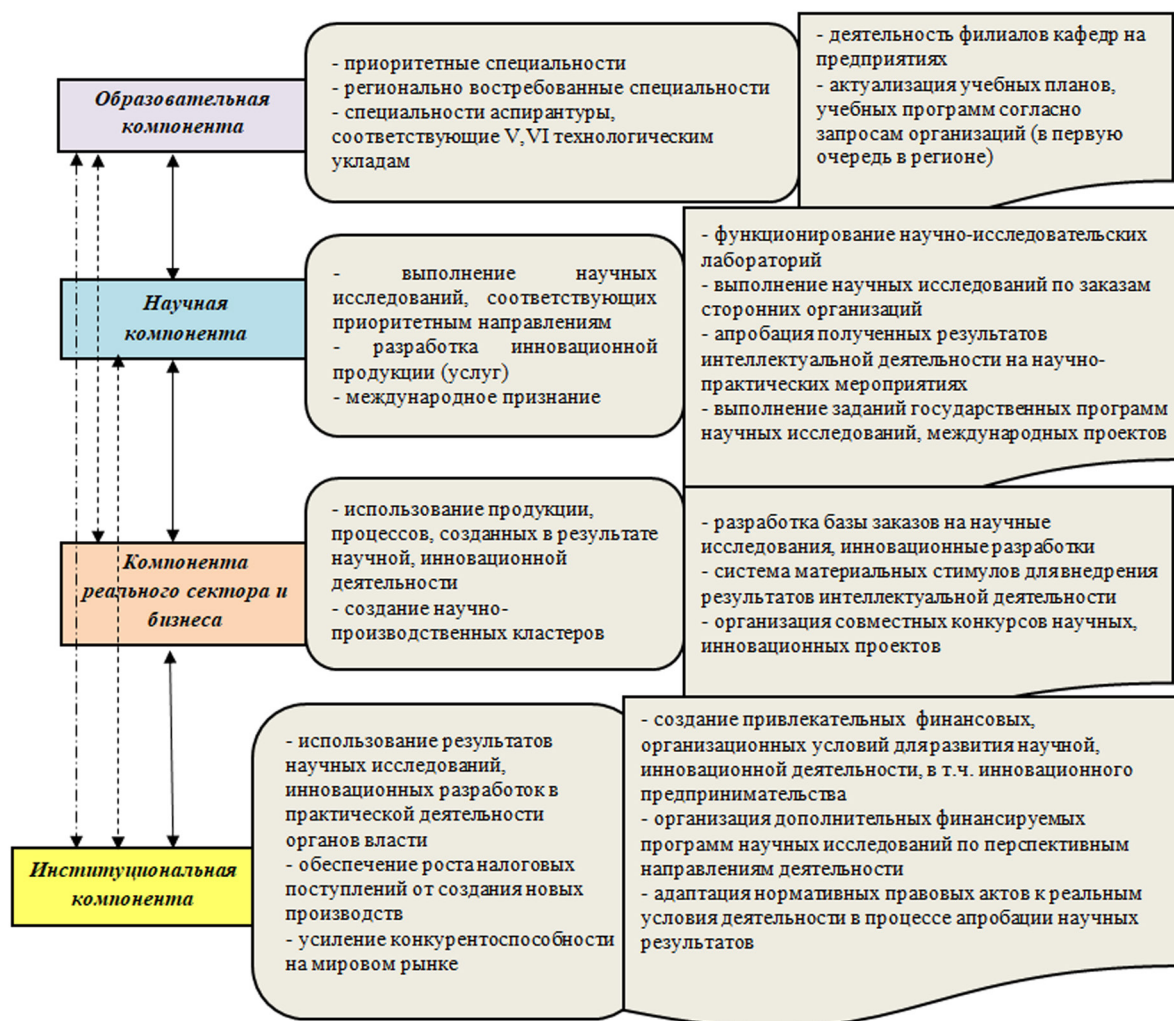


Рис. 1. Ресурсно-кооперационная модель эффективности научно-инновационной инфраструктуры



Рис. 2. Поэтапный процесс трансформации идеи в реализуемый товар

– создания международных научно-образовательных альянсов (с тематической направленностью).

Учреждением образования «Барановичский государственный университет» реализуется апробированная совместно с российскими образовательными организациями-партнерами эффективная модель взаимодействия в форме *межрегиональной векторной научно-образовательной экосистемы* (рис. 3).

Данная экосистема представляет собой комплекс:

- организаций:
- реализующих образовательные функции (менеджеры);
- осуществляющих научно-исследовательскую и инновационную деятельность (генераторы);
- обеспечивающих стимулирование инвестиционных процессов создания разработок (инвесторы);
- содействующих апробации и внедрению в практические сферы деятельности полученных результатов (эксперты);
- содействующих продвижению проработанных и обоснованных инициатив в региональную



Рис. 3. Межрегиональная научно-образовательная экосистема (типовой вариант)

Таблица 1

**Матрица взаимодействия БарГУ с основными партнерами экосистемы (итоги 2020 года):  
белорусско-российский вектор**

Тематическая область	Научно-образовательные партнеры	Формы взаимодействия				
		Организация совместных научно-практических мероприятий	Разработка (реализация) совместных научных проектов	Разработка (реализация) совместных образовательных программ (проектов)	Стажировки, приглашение ведущих зарубежных специалистов	Совместные центры (лаборатории)
Экономика и управление	Уральский государственный экономический университет	3 конференции, 1 конкурс	2 проекта	2 образовательные программы (краткосрочные)	1 стажировка, 1 зарубежный визит	-
Экономика и управление	Самарский государственный экономический университет	4 конференции, 1 конкурс	2 проекта	2 образовательные программы (краткосрочные)	1 зарубежный визит	Совместный центр развития молодежных инициатив
Педагогика, психология, филология	Тульский государственный педагогический университет им. Л. Н. Толстого	2 конференции, 1 конкурс	2 проекта	1 образовательная программа (краткосрочная)	1 стажировка	-
Педагогика, психология, менеджмент	Вологодский государственный университет	3 конференции, 1 конкурс	1 проект	-	-	-
Экономика и управление	Ростовский государственный экономический университет	4 конференции, 1 конкурс	3 проекта	2 образовательные программы (краткосрочные)	1 стажировка	Совместный Центр стартап-проектирования
Информационные технологии, технология машиностроения	Тамбовский государственный университет им. Г. Р. Державина	3 конференции, 1 конкурс	1 проект	-	1 стажировка	-
Филология, педагогика	Ульяновский государственный педагогический университет имени И. Н. Ульянова	3 конференции, 1 конкурс	1 проект	1 образовательная программа (краткосрочная)	2 стажировки, 1 визит	-
Педагогика, психология	Шадринский государственный педагогический университет	3 конференции, 1 конкурс	2 проекта	2 образовательные программы (краткосрочные)	2 стажировки, 2 визита	-
Экономика, инженерия	Владивостокский государственный университет экономики и сервиса	2 конференции, 1 конкурс	1 проект	-	-	-
Психология, педагогика, информационные технологии	Петрозаводский государственный университет	3 конференции, 1 конкурс	1 проект	3 образовательные программы (краткосрочные)	1 визит	Совместная лаборатория педагогико-психологических исследований



(национальную) социально-экономическую систему (координаторы).

- потребителей (бенефициаров, покупателей);
- каналов взаимосвязей между организациями и потребителями;
- механизмов эффективного взаимодействия организаций и потребителей с целью получения социально-экономического эффекта.

БарГУ реализуются договорные отношения в области образования и науки с более чем 140 научными и образовательными организациями Ближнего и Дальнего зарубежья. В частности, 55 из них реализуются с Российской Федерацией; 4 — с Республикой Болгария.

Долгосрочные эффективные взаимоотношения с партнерами позволили создать базу совместных научно-исследовательских, инновационных разработок в тематических областях знаний, совместных образовательных, культурных проектов. На основе опыта результативного сотрудничества БарГУ в 2020 году начал работу по апробации модели *международной многовекторной научно-образовательной экосистемы*.

Концепция функционирования экосистемы представлена следующим алгоритмом:

- анализ научно-исследовательского, инновационного, интеллектуального, материально-технического потенциала своей организации. Выявление сильных и слабых сторон (матрица SWOT-анализа);
- формирование базы потенциальных и отбор реальных участников (на основе опыта успешного сотрудничества, приоритетности направлений деятельности, уникальности имеющихся ресурсов);
- разработка «дорожной карты» взаимодействия партнеров экосистемы с описанием механизмов взаимоотношений (конкретизация запросов, описание промежуточных и конечных результатов);
- презентация и продвижение на рынок, в практические сферы деятельности полученных результатов кооперации партнеров.

БарГУ в 2020 году функционирует в рамках *экосистемы (белорусско-российский вектор)*, включающей:

- 9 активных партнеров научно-образовательного сектора,
- 3 партнеров кредитно-финансового сектора,
- более 20 потенциальных инвесторов из малого, среднего и крупного бизнеса (табл. 1).

Данная матрица позволяет оперативно выявить «проблемных» партнеров и разработать комплекс мероприятий в виде корректирующей «дорожной карты» для активизации сотрудничества. На приведенном примере данные партнеры БарГУ (Вологодский государственный университет и Владивостокский государственный университет экономики и сервиса оказались в рискованной зоне по причине заключения договорных отношений только в 2020 году).

БарГУ в 2020 году заключил договоры о сотрудничестве с организациями Болгарии, что является основанием для формирования концепции научно-образовательной белорусско-болгарской экосистемы, включающей партнеров [3–4]: учреждение образования «Барановичский государственный университет»; Академия музыки, танца и изящных искусств «Проф. Асен Диамандиев»; Региональная библиотека имени Любена Каравелова и Университетская Больница им. Канев.

**Заключение.** Таким образом, формирование модели научно-образовательной экосистемы позволяет максимально эффективно задействовать исследовательский, инновационный, инфраструктурный потенциал образовательных и научных организаций, задействовать внешних партнеров (потенциальных инвесторов, соучастников), подключив на этапе планирования промежуточных и конечных результатов органы власти, общественные организации. При этом процесс взаимодействия должен быть представлен расширенным спектром форм и инструментов взаимоотношений между партнерами, с бенефициарами, что приведет к активизации инновационной деятельности регионов (стран), формируя новый этап развития общества.

### Литература

1. Klimuk V., Lazdins V. Interaction of education, science and business in terms of digital economy development // Proceedings of the 2019 International Conference «Economic science for rural development». Jelgava, LLU ESAF, 9–10 May 2019. PP. 37–48.
2. Pecherskaya E., Klimuk V., Tarasova T. Analysis of European Approaches to Improving the Life of the Population Through the Implementation of a Mechanism of Independent Assessment of Qualifications. Sustainable Growth and Development of Economic Systems. Contradictions in the Era of Digitalization and Globalization. PP. 249–257.
3. Terziev V., Andreeva O., Georgiev M., Klimuk V. Dynamics of scientific results in the higher education // Proceedings of ADVED 2020-6th International Conference on Advances in Education 5–6 October 2020, International Organization Center of Academic Research, Istanbul, Turkey, 2020. PP. 335–347. ISBN: 978-605-06286-0-9.
4. Terziev V., Georgiev M., Klimuk V. Practical application Scorecard model to improve management of intangible assets. // 19th RSEP International Economics, Finance & Business Conference — Virtual/Online 1–2 December 2020, Anglo-American University, Prague, Czechia, Review of Socio-Economic Perspectives RSEP, Ankara, Turkey. PP. 102–110. ISBN: 978-605-06961-6-5/December 2020.



УДК 338.49:338.47(477)

**Чорний Роман Степанович**

*доктор економічних наук, професор*

*Нововолинський навчально-науковий інститут економіки та менеджменту*

**Черный Роман Степанович**

*доктор экономических наук, профессор*

*Нововолынский учебно-научный институт экономики и менеджмента*

**Chornyj Roman**

*Doctor of Economics, Professor*

*Novovolynsk Education and Research Institute of Economics and Management*

**Чорна Неля Петрівна**

*доктор економічних наук, професор*

*Західноукраїнський національний університет*

**Черная Неля Петровна**

*доктор экономических наук, профессор*

*Западноукраинский национальный университет*

**Chorna Nelya**

*Doctor of Economics, Professor*

*Western Ukrainian National University*

**Шевчук Ярослав Васильович**

*доктор економічних наук, доцент, старший науковий співробітник*

*Нововолинський навчально-науковий інститут економіки та менеджменту*

**Шевчук Ярослав Васильевич**

*доктор экономических наук, доцент, старший научный сотрудник*

*Нововолынский учебно-научный институт экономики и менеджмента*

**Shevchuk Jaroslav**

*Doctor of Economics, Associate Professor, Senior Research Fellow*

*Novovolynsk Education and Research Institute of Economics and Management*

## **ЕЛЕКТРОМОБІЛЬНА ІНФРАСТРУКТУРА В УКРАЇНІ: ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ**

## **ЭЛЕКТРОМОБИЛЬНАЯ ИНФРАСТРУКТУРА В УКРАИНЕ: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ**

## **ELECTROMOBILE INFRASTRUCTURE IN UKRAINE: PROBLEMS AND PROSPECTS OF DEVELOPMENT**

**Анотація.** У статті проаналізовано переваги та недоліки в експлуатації та впровадженні електромобілів. Визначено країни в яких електромобілі користуються великим попитом та найбільших світових лідерів із створення та впровадження електромобілів. Представлено модельний ряд популярних в сучасному світі електромобілів та визначено найбільших виробників електрокарів. З'ясовано технічні характеристики сучасних популярних електромобілів. Показано місце і частку України в п'ятірці світових лідерів за темпами приросту електромобілів. Визначено компанії, які мають в Україні найбільшу мережу публічних зарядних станцій. Вказано на головні наявні недоліки в електромобільній інфраструктурі країни. Визначено основні необхідні напрямки та заходи для забезпечення збереження позитивних тенденцій розвитку електромобільної мережі та ринку електромобілів в Україні.

**Ключові слова:** електромобіль, електромобільна інфраструктура, автотранспортна інфраструктура, автотранспорт, інновації, інноваційний транспортний засіб.

**Аннотация.** В статье проанализированы преимущества и недостатки в эксплуатации и внедрении электромобилей. Определены страны в которых электромобили пользуются большим спросом и крупнейших мировых лидеров по созданию и внедрению электромобилей. Представлены модельный ряд популярных в современном мире электромобилей и определены крупнейших производителей электрокаров. Выяснено технические характеристики современных популярных электромобилей. Показано место и долю Украины в пятерке мировых лидеров по темпам прироста электромобилей. Определены компании, которые имеют в Украине крупнейшую сеть публичных зарядных станций. Указано на главные имеющиеся недостатки в электромобильной инфраструктуре страны. Определены основные необходимые направления и меры по обеспечению сохранения положительных тенденций развития электромобильной сети и рынка электромобилей в Украине.

**Ключевые слова:** электромобиль, электромобильная инфраструктура, автотранспортная инфраструктура, автотранспорт, инновации, инновационный транспортное средство.

**Summary.** The article analyzes the advantages and disadvantages in the operation and implementation of electric vehicles. The countries in which electric cars are in great demand and the largest world leaders in the creation and implementation of electric cars are identified. The model range of electric cars popular in the modern world is presented and the largest manufacturers of electric cars are defined. The technical characteristics of modern popular electric cars are clarified. The place and share of Ukraine in the top five world leaders in terms of growth rates of electric cars are shown. The companies that have the largest network of public charging stations in Ukraine have been identified. The main existing shortcomings in the country's electric vehicle infrastructure are indicated. The main necessary directions and measures to ensure the preservation of positive trends in the development of the electric car network and the electric car market in Ukraine have been identified.

**Key words:** electric car, electric car infrastructure, motor transport infrastructure, motor transport, innovations, innovative vehicle.

**Постановка проблеми.** В умовах постійного зростання цін на енергоресурси, їхнього дефіциту, постійного забруднення навколишнього середовища та світових екологічних та економічних кризових явищ, сучасні інноваційні транспортні засоби такі, як електромобілі та електротранспорт загалом є одними з найбільш перспективних видів транспортних засобів. Але змова монополістів, котрі володіють джерелами видобутку вуглеводнів, відсутність новітньої електротранспортної інфраструктури, інноваційних доріг, відповідних заправних станцій та станцій технічного обслуговування нового покоління, стоянок, гальмують розвиток та впровадження електромобілів в сучасних умовах [4, с. 43].

Експлуатація електромобілів потребує належного повноцінного рівня сучасної інноваційної електротранспортної інфраструктури в державі із усіма елементами притаманними такому виду транспорту. До її складу входять спеціалізовані сервісні центри із обслуговування та ремонту електромобілів, мережа швидкісних електричних зарядних станцій, місця паркування та стоянки, які обслуговуються електророзрядними станціями, мобільні сервісні служби зарядки електромобілів в екстрених ситуаціях, спеціальне програмне забезпечення, система обробки та зберігання інформації із проведення трансакцій та ін. Електротранспортна інфраструктура в перспективі свого розвитку повинна замінити автотранспортну інфраструктуру як суперсистему і в подальшому повинна виконувати генеральну функцію — електротранспортне обслуговування українського суспільства, що повинно забезпечити суспільно-політичний та соціально економічний розвиток [6, с. 28].

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** У своїх дослідженнях проблемам функціонування автотран-

спорту та розвитку автомобільної інфраструктури велику увагу приділили такі українські вчені як: Буркінський В. В., Гутаревич Ю. Ф., Лифар В. В., Мікловда В. П., Редзюк А. М., Рябова О. В., Прейгер Д. К., Шевчук Л. Т., Юхновський І. Р., та ін. Але аспекти використання, розвитку, виробництва та впровадження електромобілів є ще не достатньо проаналізованими на сьогоднішній день.

**Головною метою даної статті** є можливість привернути увагу фахівців вчених, та споживачів для розв'язання гострих питань швидкого впровадження масового виробництва та використання електромобілів в Україні. Дослідження проблем експлуатації електромобілів та їх конкурентної спроможності. Порівняння темпів приросту електромобілів в Україні та світі. Сконцентрувати увагу на важливих першочергових заходах необхідних для забезпечення швидкого розвитку електромобільної інфраструктури в Україні та практичного використання електромобілів із перспективою повної заміни автомобілів з двигунами внутрішнього згорання електромобілями.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Найбільше в світі електромобілів продається сьогодні в Норвегії. Загальна кількість проданих повністю електричних автомобілів в цій країні становить 24 відсотки від загального обсягу. Україна входить в першу п'ятірку країн за динамікою розвитку електромобільного ринку. За перше півріччя 2020 року в країні зареєстровано 3384 електрокари, що на 16 відсотків більше електромобілів ніж за аналогічний період минулого року [1].

Великих успіхів в будівництві електромобілів досягли такі компанії, як Tesla, Renault, Volkswagen, Nissan, Fiat, Chevrolet, Ford, Cheri. Світовим

лідером із випуску найсучасніших інноваційних електромобілів стала заснована 1 липня 2003 року американська компанія Tesla Motors. Компанія, яка своєю унікальною продукцією довела, що найкращий автомобіль повинен бути електричним. Перший свій електромобіль компанія показала ще в 2006 році. Це була модель Tesla Roadster розроблена спільно із британською фірмою легких спорткарів Lotus, котра випускалась з 2008 по 2012 роки. На рисунку 1 представлена друга самостійно розроблена модель компанії Tesla Model S, яка випускається і сьогодні. Цей автомобіль має унікальні для свого часу технічні характеристики. Запас ходу в топових версіях складає 630 км, розгін до 100 км на годину 2,5 секунди і п'ять зірок безпеки за найсуворішими вимогами Euro NCAP.

У Європі одним із лідерів є автомобільна компанія Renault, яка в 2010 році на Паризькому автосалоні вперше показала на широкий загальний концепт-кар Renault Zoe. Серійний випуск цього автомобіля розпочався в 2012 році і продовжується до сьогоднішніх днів із незначними змінами в дизайні. Renault Zoe став найбільш продаваним автомобілем у Європі, у 2014 році кількість проданих електромобілів Zoe перевищила 10 тис. Електромобілі останніх років отримали сучасніші електродвигуни та потужніші акумуляторні батареї, що дало змогу суттєво збільшити запас ходу електрокара до 400 км на одному заряді, а рівень безпеки вивести на п'ять зірок за суворими вимогами Euro NCAP. На рисунку 2 показана сучасна інноваційна модель компанії Renault Zoe R 240.

Споживачі сприйняли цей електромобіль за унікальну зарядну систему «хамелеон», яка розпізнає і сприймає і підлаштовується під будь-який струм,

а також дає можливість зарядки одразу трьома фазами, що в свою чергу суттєво скорочує час зарядки електромобіля і по суті нівелює заправку електричним струмом із заправкою звичайного автомобіля із двигуном внутрішнього згорання. Це дає повноцінну можливість подорожувати електромобілем на великі відстані не відчуючи при цьому будь-якого дискомфорту в часі заправки.

Сьогодні в сучасному світі кількість зарядних станцій для екологічних електромобілів перевищила 1 мільйон. В Україні найбільшу мережу публічних зарядних станцій мають такі компанії, як AutoEnterprise (найбільш розвинена мережа, в Україні налічує більше тис. зарядних станцій), ElectroUA, IONITY, TOKA, GreenFuel, ELECAR, YASNO та ін.

Для того, щоб зарядити електромобіль на швидкій зарядній станції необхідно встановити на мобільний телефон додаток оператора електромобільної мережі, який одночасно із сервісом доступу до мережі є сумісним із електронною платіжною системою. Скріншот мобільного додатку одного із найбільших операторів електрозарядних станцій ElectroUA в момент заряджання електромобіля показаний на рисунку 3.

Головними незручностями для водіїв електромобілів є те, що виробники комплектують їх різними зарядними пристроями та роз'ємами. Вони поділяються на роз'єми змінного AC (Type 1, Type 2, Type Tesla) та постійного струму DC (CCS Type 1 Combo, CCS Type 2 Combo, CHAdeMO). В Україні найменше розповсюджені китайські стандарти роз'ємів швидких зарядних станцій таких, як Type DB/T (AC); DB/T (DC) а також застарілий італійський стандарт роз'єму зарядних станцій компанії SCAME Type



Рис. 1. Електромобіль компанії Tesla Model S\*

\* Фото: Чорного Р. С.





Рис. 2. Сучасний електромобіль Renault Zoe R 240 на одній із зарядних станцій ElectroUA\*  
\* Фото: Шевчука Я. В.

З(АС). Основні типи роз'ємів для швидких зарядних станцій представлені в таблиці 1.

Основними причинами малого використання електромобілів в Україні є низький рівень розвитку електромобільної інфраструктури. Це в першу чергу стосується малої кількості спеціалізованих сервісних центрів із обслуговування акумуляторних батарей великої ємності, висока вартість електромобілів на що впливає в основному вартість акумуляторних батарей, мала кількість швидкісних зарядних станцій вздовж автомобільних доріг і на АЗС, відсутність на електрозаправках усіх типів роз'ємів або перехідників до них, необізнаність водіїв у роботі мобільних додатків електрозарядних операторів.

Важливим кроком до прискореного розвитку мережі електрозаправок стало роз'яснення Національної комісії, що здійснює державне регулювання у сферах енергетики та комунальних послуг про те, що надання послуг із зарядки електромобілів на електрозарядних станціях не потребує ліцензування. Це суттєво знижує вартість встановлення електрообладнання та частково усуває корупційну складову [2].

**Висновки з даного дослідження.** Для зменшення негативного впливу на навколишнє середовище, зниження споживання нафтопродуктів держава повинна усіляко стимулювати, підтримувати та заохочувати виробництво, обслуговування та володіння електромобільним транспортом.

Для того, щоб пришвидшити розвиток електромобільної інфраструктури та зберегти позитивні тенденції з приросту електромобілів в Україні необхідно на постійній основі скасувати податок на додану вартість та податок на продаж електромобілів,

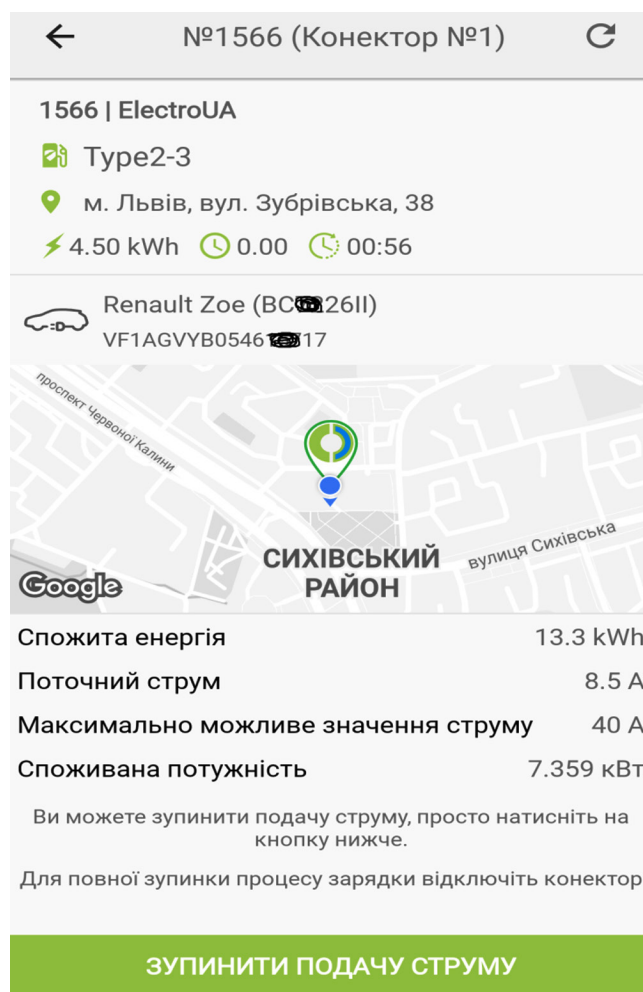


Рис. 3. Скріншот мобільного додатку одного із найбільших операторів електрозарядних станцій ElectroUA в Україні



Таблиця 1

## Основні типи роз'ємів для швидких зарядних станцій

Типи роз'ємів	Максимальна потужність	Максимальна сила струму	Максимальна напруга	Кількість фаз
Type 1	9.2 кВт	40А	220–240В	1
Type 2	44 кВт	63А	220–240В або 380–400В	1 або 3
Type 3	11 кВт	16А	220–240В або 380–400В	1 або 3
Type Tesla	17 кВт	80А	220–240В	1

Джерело: складено за <https://evhub.com.ua/razemy-dlya-zaryadky-elektromobylej/>

компенсувати власнику електрокара частину коштів при купівлі за рахунок державних дотацій, дозволити власникам таких транспортних засобів використовувати смуги та стоянки громадського транспорту, безкоштовний в'їзд в усі частини міст, звільнити від будь яких податків виготовлення та самі пристрої для зарядки електромобілів, а також їхнє встановлення, організувати підтримку роботи мобільних сервісних служб зарядки електромобілів в екстрених ситуаціях, для швидкої ідентифікації виділити на законодавчому рівні номерні знаки

електромобілів іншим кольором (в країнах ЄС — зелений), скасувати будь-які платежі за використання земельної ділянки чи території де вони встановлені, зобов'язати усіх власників автозаправних станцій встановити на їхній території заправки для електромобілів, дозволити безкоштовно паркувати електромобілі в усіх передбачених для цього громадських місцях. Необхідно також створити сприятливі умови для налагодження випуску акумуляторних батарей в нашій країні, щоб суттєво знизити їхню вартість і створити в перспективі нові робочі місця.

## Література

1. Інфраструктура для електрокарів. Що маємо та що в планах? URL: <https://autogeek.com.ua/kilkist-elektrozapravok-v-ukrayini-dosyagla-majzhe-3-000-statystyka/>
2. Зарядка електромобілів на електрозарядних станціях не вимагає отримання ліцензії з постачання електричної енергії споживачу // Роз'яснення Національної комісії, що здійснює державне регулювання у сферах енергетики та комунальних послуг. URL: <https://www.nerc.gov.ua/?news=8495>
3. Типи електромобільних роз'ємів. URL: <https://evhub.com.ua/razemy-dlya-zaryadky-elektromobylej/>
4. Шевчук Я. В. Перспективи експлуатації та конкурентна спроможність електромобілів в Україні / Я. В. Шевчук, М. Ю. Лалакулич // Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія «Економічні науки». Херсон, ХДУ, 2016. Випуск 21. Частина 2. 194 с. С. 43–46.
5. Шевчук Я. В. Соціально-економічні аспекти розвитку виробництва інноваційних транспортних засобів / Я. В. Шевчук, Г. Г. Губані, Л. Ю. Чобаль // Науковий вісник Ужгородського університету. Серія «Економіка». Ужгород, 2015. Випуск 2(46). С. 154–160.
6. Шевчук Я. В. Автотранспортна інфраструктура: теорія і методи сучасних регіональних досліджень / Я. В. Шевчук. Монографія. Ужгород: Видавництво ТзОВ «Ліга-Прес», 2011. 367 с.

УДК 336.72

**Шубіна Світлана Валентинівна**

*кандидат економічних наук, доцент,*

*професор кафедри обліку та оподаткування*

*Навчально-науковий інститут «Каразінський банківський інститут»*

**Шубина Светлана Валентиновна**

*кандидат экономических наук, доцент,*

*профессор кафедры учета и налогообложения*

*Учебно-научный институт «Каразинский банковский институт»*

**Shubina Svitlana**

*Candidate of Economic Sciences, Associate Professor*

*Educational and Scientific Institute «Banking Institute of Karazin»*

**Перебийніс Вікторія Леонідівна**

*студентка*

*Навчально-наукового інституту «Каразінський банківський інститут»*

**Перебейнос Виктория Леонидовна**

*студентка*

*Учебно-научного института «Каразинский банковский институт»*

**Perebyinis Viktoriia**

*Student of the*

*Educational and Scientific Institute «Banking Institute of Karazin»*

**ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ  
ОБЛІКУ ТА АУДИТУ РОЗРАХУНКІВ  
З ПОСТАЧАЛЬНИКАМИ ТА ПІДРЯДНИКАМИ**

**ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ  
УЧЕТА И АУДИТА РАСЧЕТОВ  
С ПОСТАВЩИКАМИ И ПОДРЯДЧИКАМИ**

**THEORETICAL AND METHODOLOGICAL APPROACHES  
TO ACCOUNTING AND AUDIT OF CALCULATIONS  
WITH SUPPLIERS AND CONTRACTORS**

**Анотація.** У статті висвітлено роль обліку та аудиту розрахунків з постачальниками та підрядниками в управлінні фінансово-господарською діяльністю підприємства. Аргументована важливість проведення аудиту, який допомагає отримати повну та достовірну інформацію про стан кредиторської заборгованості на підприємстві за одержані матеріальні цінності, виконані роботи та надані послуги, а також надана звітність, яка необхідна внутрішнім та зовнішнім користувачам для управління та розвитком організації. Також стаття відображає ті важливі моменти, на які аудитор обов'язково повинен звернути свою увагу при перевірці розрахунків з постачальниками та підрядниками.

**Ключові слова:** облік, аудит, кредиторська заборгованість, постачальники, підрядники, контрагенти, пасиви.

**Аннотация.** В статье освещена роль учета расчетов с поставщиками и подрядчиками в управлении финансово-хозяйственной деятельностью предприятия. Аргументирована важность проведения аудита, который помогает получить полную и достоверную информацию о состоянии кредиторской задолженности на предприятии за полученные материальные ценности, выполненные работы и оказанные услуги, а также предоставлена отчетность, необходимую внутренним и внешним пользователям для управления и развития организации. Также статья отражает те важные

моменты, на которые аудитор обязательно должен обратить свое внимание при проверке расчетов с поставщиками и подрядчиками.

**Ключевые слова:** учет, аудит, кредиторская задолженность, поставщики, подрядчики, контрагенты, пассивы.

**Summary.** The article highlights the role of accounting for settlements with suppliers and contractors in the management of financial and economic activities of the enterprise. The importance of conducting an audit, which helps to obtain complete and reliable information about the status of accounts payable at the enterprise for the received material values, performed works and rendered services, and also provided the reporting necessary for internal and external users for management and development of the organization. The article also reflects the important points that the auditor must pay attention to when checking settlements with suppliers and contractors.

**Key words:** accounting, audit, accounts payable, suppliers, contractors, contractors, liabilities.

На сьогоднішній день розвиток нашої держави знаходиться на етапі інтеграції економіки у світовому просторі, тому набуває питання про достовірність інформації щодо якості ведення діяльності українських підприємств. Аудит має забезпечувати гарантії надійності, достовірності та прозорості фінансової інформації. Результат проведення аудиторської перевірки дозволяє забезпечити формування інформації про факти господарської діяльності, яка відповідає реальному стану справ та функціонуючій системі управління процесами. Перевірка розрахунків із постачальниками та підрядниками є важливим етапом контролю усіх господарюючих суб'єктів. Різні способи розрахунків спонукають аудитора до того, що він повинен знатись на цивільному законодавстві, на правильному веденні бухгалтерського обліку, на роботі із клієнтами, на взаємовідносинах із контролюючими органами з тим, щоб виявляти факти правопорушень, які негативно можуть впливати на складання звітності підприємства. Але, на жаль, на сучасному етапі діяльності та розвитку підприємств мають місце такі негативні факти, як: недосконалість ведення обліку розрахункових операцій, недбале ставлення працівників, махінації, зловживання службовими повноваженнями, що слугує причинами порушення фінансової та розрахункової дисципліни. А отже, особливої актуальності набуває своєчасне, регулярне проведення аудиту розрахунків із постачальниками та підрядниками.

Більшість теоретичних та практичних питань досліджуваної проблеми знайшли своє відображення в працях вітчизняних і зарубіжних науковців. На підставі проведеного дослідження необхідно констатувати, що теоретичні і практичні розробки з обліку і внутрішнього контролю (аудиту) розрахунків з постачальниками та підрядниками відображають розуміння проблем, пов'язаних з трансформацією вітчизняної системи обліку. Так, проблемам методики обліку і аудиту розрахунків з постачальниками та підрядниками присвячені роботи М. Т. Шендригоренко [1, с. 26–30] та І. О. Коблянської [2, с. 78–87]. Питанням бухгалтерського обліку розрахунків з постачальниками та підрядниками приділяють увагу О. В. Побережець [3, с. 138–141] та О. В. Маркус [4, с. 1–3]. Стан та перспективи розвитку аудиту

розрахунків з постачальниками та підрядниками досліджують Я. І. Мулик [5, с. 106–115] та К. М. Нікітчук [6, с. 400–403]. Однак, деякі питання щодо організаційно-методичних аспектів обліку і аудиту розрахунків з постачальниками та підрядниками потребують ретельного дослідження, так як чимало наукових напрацювань недостатньо трактують сутність розрахунків з постачальниками та підрядниками, заборгованості та зобов'язань, які виникають при таких розрахунках, їх методику обліку та аудиту.

Метою дослідження є узагальнення та подальший розвиток теоретичних і методичних підходів обліку і аудиту розрахунків з постачальниками та підрядниками.

Як відомо, постачальники — юридичні або фізичні особи, які здійснюють постачання товарно-матеріальних цінностей, надають послуги та виконують роботи, а підрядники — спеціалізовані підприємства або фізичні особи, які виконують будівельно-монтажні роботи при спорудженні об'єктів на підставі договорів підряду на капітальне будівництво. Розрахунки з постачальниками та підрядниками займають вагомe місце при виникненні зобов'язань, а також є найважливішою складовою майнового стану підприємства, оскільки вони впливають на формування основної частини грошових надходжень підприємств, а отже беруть участь у підтримці ліквідності підприємства [4, с. 2].

Кредиторська заборгованість за товари, роботи, послуги може бути, як позитивним елементом фінансово-господарської діяльності, так і негативним. У порівнянні із зобов'язаннями за отриманими кредитами банків, векселями, облігаціями, вона є «дешевою» заборгованістю. Також виникає можливість користуватися грошовими коштами інших підприємств.

Слід зазначити, що кредиторська заборгованість, як в цілому, так і за товари, роботи, послуги становить значну частину пасивів вітчизняних підприємств і з кожним роком зростає. З іншого боку, якщо величина кредиторської заборгованості є досить великою, то буде відбуватися зниження платоспроможності суб'єктів господарювання. Це може вплинути на можливості співпраці інших підприємств і фінансових структур з даним підприємством

[1, с. 27]. Формуванню взаємовідносин і відповідних розрахункових операцій з постачальниками та підрядниками передують процес їх пошуку підприємством. Ключова роль бухгалтерського обліку розрахунків з постачальниками та підрядниками полягає в налагодженні системи своєчасного інформування керівників про момент настання виконання зобов'язань, як з боку контрагентів, так і з боку самого підприємства

з метою прийняття рішень і оперативних заходів. Для цього в Наказі про облікову політику повинні бути передбачені відповідні облікові номенклатури, які дозволяють систематизувати алгоритм дій при веденні цієї ділянки обліку. Головна мета облікової політики підприємства — формування методичної складової інформаційного забезпечення фінансового обліку для складання та подання фінансової звітності



Рис. 1. Структурно-логічна схема проведення аудиту розрахунків з постачальниками та підрядниками  
Джерело: побудовано автором [1 с. 28; 5 с. 113; 6 с. 402]



для зовнішніх користувачів. Саме методична складова більшою мірою визначає величину показників фінансової звітності за статтями. Одночасно, завдання облікової політики не обмежуються межами фінансового обліку для складання фінансової звітності. Кожному підприємству властиві особливості, тому при формуванні облікової політики необхідно врахувати характеристики його діяльності, потреби внутрішніх користувачів для прийняття управлінських рішень. Вважаємо, що особливу увагу при організації та веденні обліку кредиторської заборгованості за товари, роботи, послуги необхідно приділити класифікації постачальників та підрядників для здійснення контролю за розрахунковими операціями з ними. Облік кредиторської заборгованості за товари, роботи, послуги ведеться на рахунку 63 «Розрахунки з постачальниками та підрядниками». Цей рахунок має три субрахунки другого порядку: 631 — «Розрахунки з вітчизняними постачальниками»; 632 — «Розрахунки з іноземними постачальниками»; 633 — «Розрахунки з учасниками ПФ».

У процесі роботи компанії суттєва значимість відводиться аудиту розрахунків з постачальниками та підрядниками, так як, помічає Утенкова К. О., компанії вступають у взаємовідносини з постачальниками та підрядниками з приводу отримання запасів, основних засобів, отримання послуг тощо. Подібні процедури супроводжуються належними розрахунками. Постачальники (підрядники) — це компанії, відвантажують продукцію (здійснюють діяльність, надають послуги) споживачам [2, с. 80]. Відповідно до міжнародних стандартів аудиту метою аудиту розрахунків з постачальниками та підрядниками є висвітлення професійної думки аудитора, щодо правильності відображення у звітності підприємства інформації про розрахунки з постачальниками та підрядниками.

Враховуючи зазначене вище, пропонуємо структурно-логічну схему проведення аудиту розрахунків з постачальниками та підрядниками, в якій конкретизовано головні завдання, об'єкти та етапи даного процесу (рис. 1).

У процесі проведення внутрішнього аудиту застосовують різноманітні методи документального контролю. На практиці аудитори найчастіше користуються способом вибіркової перевірки документів і записів в облікових регістрах. Однак вважаємо, що саме рахунки з обліку доходів, витрат, втрат і резервів варто перевіряти цілісним методом, оскільки зловживання переважно бувають на вище зазначених рахунках.

Внутрішній аудитор в процесі перевірки складає документи, які слугуватимуть основою для формування аудиторського звіту та висновку. Оскільки досвід та особливості підприємств різняться між

собою, структура робочих документів у кожного аудитора індивідуальна.

Важливим аспектом для аудитора є оцінка бухгалтерії підприємства щодо контролю стану розрахунків з контрагентами. Адже при наявності заборгованості, переважно спірної, аудитор повинен оцінити діяльність або бездіяльності бухгалтерії, проаналізувати заходи щодо зниження кредиторської і дебіторської заборгованості, ознайомитися з матеріалами листування, організацію розрахунково-фінансової роботи та ефективність претензійної роботи.

Аналогічно аудиту розрахунків з вітчизняними постачальниками та підрядниками ведеться аудит розрахунків з іноземними постачальниками та підрядниками. Але треба враховувати те, що товар проходить через митницю, тому складається вантажно-митна декларація.

Аудитор повинен перевірити правильність довідки про перерахунок курсових різниць, дату її складання, суму відповідно до курсу НБУ та правильність її оформлення. Якщо виплата здійснювалась готівкою аудитор перевіряє повноту та своєчасність сплати кредиторської заборгованості за поставлені товари, здійснені роботи, надані послуги зіставляє дані супровідних документів постачальника, документів на оприбуткування матеріалів, актів приймання виконаних робіт з даними видаткових касових ордерів.

Кінцевим етапом перевірки аудитора є підтвердження достовірності та суми кредиторської заборгованості у фінансовій звітності. Щоб запобігти фактори шахрайства, аудитору потрібно знати весь процес облікової інформації у комп'ютерній програмі, що використовує підприємство.

**Висновки.** Проведене дослідження показало необхідність вдосконалення теоретичних та методичних аспектів щодо обліку й аудиту розрахунків з постачальниками та підрядниками. Крім того, аудиторська перевірка розрахунків з контрагентами є важливим елементом, який своєчасно забезпечує формування повної та достовірної інформації про стан розрахунків з постачальниками та підрядниками за одержані матеріальні цінності, виконані роботи та надані послуги, необхідної внутрішнім та зовнішнім користувачам фінансової звітності для управління та розвитку підприємства. Запропонована структурно-логічна схема проведення аудиту розрахунків з постачальниками та підрядниками узагальнює теоретичні та методичні підходи щодо даного процесу та акцентує увагу на головних етапах його проведення. У статті наведено проблемні моменти та відповідні процедури перевірки, запропоновано ряд необхідних для перевірки робочих документів аудитора.

#### Література

1. Шендригоренко М. Т. Облік і внутрішній аудит розрахунків з постачальниками та підрядниками / М. Т. Шендригоренко, Ю. В. Ротозеєнко // International multidisciplinary scientific journal «ΛΟΓΟΣ. The art of scientific mind», 2019. № 8. С. 26–30.
2. Коблянська І. О. Методика обліку і аудиту розрахунків з постачальниками та підрядниками / І. О. Коблянська, Г. Ю. Коблянська, Ж. В. Гребенчук // Modern economics, 2017. № 3. С. 78–87. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/modecon\\_2017\\_3\\_11](http://nbuv.gov.ua/UJRN/modecon_2017_3_11)
3. Побережець О. В. Удосконалення обліку розрахунків з постачальниками та підрядниками / О. В. Побережець, В. І. Кравченко // Вісник ОНУ імені І. І. Мечникова, 2017. Т. 22. Вип. 4(57). С. 138–141. URL: [http://visnyk-onu.od.ua/journal/2017\\_22\\_4/31.pdf](http://visnyk-onu.od.ua/journal/2017_22_4/31.pdf)
4. Маркус О. В. Напрями вдосконалення управлінського обліку розрахунків з постачальниками та підрядниками, інструменти контролю платоспроможності підприємств / О. В. Маркус, І. О. Романюк // Ефективна економіка, 2014. № 5. С. 1–3. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua>
5. Мулик Я. І. Стан та перспективи розвитку аудиту розрахунків з постачальниками та підрядниками підприємства / Я. І. Мулик // Економіка. Фінанси. Менеджмент: актуальні питання науки і практики, 2018. № 2. С. 106–115. URL: <http://nbuv.gov.ua/UJRN/>
6. Нікітчук К. М. Аудиторські процедури як основи контролю розрахунків із постачальниками і підрядниками / К. М. Нікітчук // Східна Європа: економіка, бізнес та управління. 2016. № 4. С. 400–403. URL: <http://easterneurope-ebm.in.ua>.



**МІЖНАРОДНИЙ НАУКОВИЙ ЖУРНАЛ «ІНТЕРНАУКА»**  
**INTERNATIONAL SCIENTIFIC JOURNAL «INTERNAUKA»**  
**МЕЖДУНАРОДНЫЙ НАУЧНЫЙ ЖУРНАЛ «ИНТЕРНАУКА»**

**Збірник наукових статей**

**№ 19 (99)**

**2 том**

**Голова редакційної колегії — д.е.н., професор *Камінська Т.Г.***

**Київ 2020**

**Видано в авторській редакції**

---

**Засновник / Видавець ТОВ «Фінансова Рада України»**  
**Адреса: Україна, м. Київ, вул. Павлівська, 22, оф. 12**  
**Контактний телефон: +38 (067) 401-8435**  
**E-mail: [editor@inter-nauka.com](mailto:editor@inter-nauka.com)**  
**[www.inter-nauka.com](http://www.inter-nauka.com)**

**Підписано до друку 15.12.2020. Формат 60×84/8**  
**Папір офсетний. Гарнітура SchoolBookAS.**  
**Умовно-друкованих аркушів 6,98. Тираж 100.**  
**Замовлення № 398. Ціна договірна.**  
**Надруковано з готового оригінал-макету.**

**Надруковано у видавництві**  
**ТОВ «Центр учбової літератури»**  
**вул. Лаврська, 20 м. Київ**  
**Свідоцтво про внесення суб'єкта видавничої справи**  
**до державного реєстру видавців, виготівників і**  
**розповсюджувачів видавничої продукції**  
**ДК № 2458 від 30.03.2006 р.**