

збут» відкрити наступні субрахунки:

- 931 «Витрат на збут по складу готової продукції»
- 932 «Витрати на збут по транспортному сектору»
- 933 «Витрати на збут по інформаційному та маркетинговому секторам»
- 934 «Витрати на рекламу і маркетинг»
- 935 «Інші витрати на збут».

Статті витрат при цьому виділяють наступні:

- вартість тари та упаковки;
- заробітна плата;
- відрахування з заробітної плати працівників;
- фактична собівартість наданих послуг допоміжними виробництвами;
- амортизація основних засобів;
- витрати на утримання приміщень та споруд;
- вартість палива та інших матеріалів;
- витрати на страхування;
- вартість маркетингових послуг, що здійснені сторонніми організаціями;
- витрати на рекламу;
- витрати, пов'язані зі старінням готової продукції;
- інші витрати.

Отже, застосування запропонованих напрямів удосконалення дозволить проводити детальний аналіз витрат на збут по статтям, за центрами відповідальності, що дасть можливість систематизувати бухгалтерський облік витрат на збут з метою логістичного управління витратами.

#### **Література:**

1. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 16 «Витрати»: затв. наказом М-ва фінансів України від 31.12.1999р. №318. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/z0027-00>
2. Крикавський Є.В. Логістичне управління: підручник / Є.В. Крикавський. – Львів: Видавництво Національного університету «Львівська політехніка», 2005. – 684 с.
3. Ткаченко А.М. Облік логістичних витрат: проблеми та шляхи їх вирішення [Електронний ресурс] / А.М. Ткаченко, А.В. Бакута // Вісник НТУ «ХП». – 2012. – № 51 (957). – С. 22-30. – Режим доступу: [http://repository.kpi.kharkov.ua/bitstream/KhPI-Press/11424/1/vestnik\\_NPI\\_2012\\_51\\_Tkachenko\\_Oblik.pdf](http://repository.kpi.kharkov.ua/bitstream/KhPI-Press/11424/1/vestnik_NPI_2012_51_Tkachenko_Oblik.pdf)
4. Лотиш О. Управління логістичними витратами на підприємстві / О. Лотиш // Економічний аналіз. – Випуск 2 (18). – 2008. – С. 240-243.
5. Шмиголь Н.М. Актуальні проблеми та шляхи удосконалення обліку витрат на підприємствах / Н.М. Шмиголь, О.М. Рибалко, П.В. Єременко // Вісник Запорізького національного університету. – № 3 (27). – 2015. – С. 108-14.



## **РОЛЬ СИСТЕМИ МЕНЕДЖМЕНТУ ЯКОСТІ НА ПІДПРИЄМСТВІ В ЗАБЕЗПЕЧЕННІ ЙОГО КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ**

**ПАХУЦА О.П., ВЕЛИКОЦЬКА Н.О.,**  
**ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**  
**СІАВСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА ІМЕНІ ПЕТРА ВАСИЛЕНКА**  
*Науковий керівник – к.е.н, доцент Смігунова О.В.*

Шляхи підвищення ефективності виробництва - комплексна система заходів, пов'язана із зростанням результативності діяльності в певних напрямках. Існує безліч показників, які характеризують ефективність виробничої діяльності. Наприклад: рентабельність, ліквідність, продуктивність праці, трудомісткість, матеріаломісткість продукції, використання ресурсів, фондомісткість і багато інших. Також важливим показником ефективності діяльності

підприємства є його конкурентоспроможність. Важливим чинником є науково-технічний прогрес.

Створення нових технологій, розробка високотехнологічного устаткування і техніки нового покоління – усе це є ключовим моментом в ефективній діяльності організації. Це, по-перше, підвищує продуктивність праці, по-друге, скорочує витрати виробництва, по-третє, удосконалює нормування організації праці, і, по-четверте, зміцнює порядок і дисципліну. Максимальне використання основних фондів – не малозначимий показник ефективності виробництва.

Завдяки інтенсивному використанню виробничих потужностей підприємство домагається максимального завантаження устаткування, що веде до збільшення обсягу випуску, а це, у свою чергу, забезпечує приріст готової продукції без додаткових грошових вкладень.

Важливим місцем в підвищенні ефективності діяльності виробництва є організаційно-економічні аспекти. Їх роль зростає із зростанням масштабів виробництва і з ускладненням господарських зв'язків. Цей аспект потрібний для подальшого розвитку і вдосконалення виробничо-соціальної інфраструктури, яка робить вплив на рівень ефективності виробництва. Це необхідно для вдосконалення форм і методів управління, планування і економічного стимулювання господарського механізму в цілому [3].

У сучасних умовах ринкової економіки для того, щоб підприємство залишалося на плаву, воно має бути конкурентоздатним по відношенню до інших підприємств.

Якість продукції – важливий пріоритет в діяльності міжнародних організацій. Саме для цього керівництву підприємства необхідно впроваджувати в діяльність своєї організації систему менеджменту якості. Система якості стосується усіх аспектів підприємства:

- якість використовуваної сировини;
- стандартизація і проведення сертифікації продукції;
- розробка і здійснення програм підвищення якості товарів і послуг;
- зниження браку у виробництві;
- розробка стандартів і інших нормативних документів регулювання якості товарів і послуг;
- підвищення кваліфікації робітників і багато що інше.

Управління якістю є ключовою функцією корпоративного менеджменту. Причому ця система важлива не лише для виробничих підприємств, але і для організацій у сфері сервісу. Якість товарів і послуг організації виражається здатністю задовольняти споживачів і умисним або неумисним впливом на відповідні зацікавлені сторони. Воно включає не лише виконання функцій відповідно до призначення і їх характеристики, але також цінність і вигоду для споживача. Тобто підприємство повинне робити те, що треба споживачеві. Від цього залежатиме репутація фірми. Споживачеві необхідно отримати надійний і якісний виріб, що відповідає ціні, а також якісний і своєчасний сервіс [6].

Система менеджменту якості включає дії, за допомогою яких організація визначає процеси і ресурси, потрібні для досягнення бажаних результатів, і встановлює свої цілі. Вона управляє взаємодіючими процесами і ресурсами, потрібними для забезпечення цінності і реалізації результатів для відповідних зацікавлених сторін. Також вона дозволяє вищому керівництву оптимізувати використання ресурсів, враховуючи довгострокові і короткострокові наслідки їх рішень. Ще вона надає засоби управління для ідентифікації дій відносно умисних або неумисних наслідків в наданні продукції і послуг [5].

Причини для введення в організацію системи менеджменту якості:

1. Потреба ринку в сертифікованих товарах і послугах, незалежно від розмірів підприємства.
2. Поліпшення іміджу організації, який дає додаткові бонуси при участі в конкурсах і тендерах.
3. Сертифікація продукції є важливим чинником в зниженні ризиків організації, тим самим збільшується бажання інвесторів додатково фінансувати діяльність фірми.
4. Скорочення браку у виробництві, тим самим зберігається стабільність роботи підприємства, зменшуються витрати виробництва.
5. Поступове зростання показників ефективності діяльності організації з введенням стандартів управління якістю. До цих показників відносяться: рентабельність підприємства, ліквідність організації, продуктивність праці робітників, трудомісткість, матеріаломісткість продукції, використання ресурсів, фондомісткість і т. д.

6. Завдяки системі менеджменту якості відбувається чітке розділення і підвищення відповідальності учасників сертифікованих процесів. Зрештою збільшується загальна керованість організацією, що є позитивним моментом для керівника підприємства.

Таким чином, для того, щоб збільшити результативність функціонування підприємства необхідно впроваджувати систему менеджменту якості. Завдяки ній підприємство зможе: зменшити брак у виробництві, тим самим понизити витрати; збільшити якість продукції, а, отже, збільшити попит на свою продукцію і збільшити прибуток. І тим самим ці чинники допоможуть фірмі бути конкурентоздатнішими по відношенню до інших фірм в сучасних умовах світової ринкової економіки.

#### Література:

1. Векслер Е.М. Менеджмент якості. Навчальний посібник / Е.М. Векслер, В.М. Рифа, Л.Ф. Василевич; під загальною ред. Е.М. Векслера. – К.: «ВД «Професіонал», 2008. – 320 с.
2. Горбашко Е.А. Управление качеством: Учебное пособие / Е.А. Горбашко. – СПб.: Питер, 2008. – 384 с.
3. Дудник О.В. Механізм формування конкурентних переваг сільськогосподарських підприємств / О.В. Дудник, О.В. Смігунова // Innovation management in marketing: modern trends and strategic imperatives : Proceedings of the Conference , April 12-13th, 2018, : [тези доп.]. – Poznan, Poland, Mieszko I School of Education and Administration, 2018. – С. 16-19.
4. Круглов М.Г. Менеджмент качества как он есть / М.Г. Круглов, Г.М. Шишков. – М.: ЭКСМО. – 2007.
5. Черепков С.Т. Технічне регулювання та підтвердження відповідності в Україні: підручник / С.Т. Черепков, С.І. Кондрашов, М.М. Будьоний [та ін.]. – Х.: Вид-во «Підручник НТУ «ХП», 2010. – 440 с.
6. Шаповал М.І. Менеджмент якості: Підручник / М.І. Шаповал. – [3-тє вид., випр. і доп.]. – К.: Т-во «Знання», КОО, 2007. – 471 с.



## СУТНІСТЬ ТА КЛАСИФІКАЦІЯ ДЕБІТОРСЬКОЇ ЗАБОРГОВАНОСТІ

*РОМАНАШЕНКО М.О.,*

*ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
СІЛЬСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА ІМЕНІ ПЕТРА ВАСИЛЕНКА*

*Науковий керівник – д.е.н., професор Маренич Т.Г.*

В економіці України поширеним явищем є формування значних обсягів дебіторської заборгованості суб'єктами господарювання. До її виникнення призводить несвоечасність оплати по розрахунках з реалізації товарів, робіт і послуг. Дебіторська заборгованість негативно впливає на фінансову платоспроможність підприємства, знижує ліквідність його активів та вилучає грошові кошти з обороту, що призводить до погіршення фінансового стану підприємства. Тому ефективна організація розрахунків підприємства з покупцями і замовниками є необхідною, щоб збільшити оборотність активів підприємства та підвищити його платоспроможність.

Основним нормативно-правовим документом, який регламентує відображення дебіторської заборгованості в бухгалтерському обліку, є Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 10 «Дебіторська заборгованість». Дебіторська заборгованість визначається як сума заборгованостей дебіторів підприємству на певну дату. При цьому дебіторами є всі юридичні та фізичні особи, які внаслідок минулих подій заборгували підприємству певні суми грошових коштів [6].

Білик М.Д. під дебіторською заборгованістю розуміє матеріальні ресурси, які не оплачені контрагентами, або готівка, що вилучена у підприємства [1].

Бутинець Ф.Ф. трактує поняття дебіторської заборгованості як суму заборгованостей підприємств на певну дату [3].