

Management control systems aim at accomplishing enterprise objectives in the most effective and efficient manner. Financial control systems, in turn, are quantitative measurement and communication systems that facilitate control through: communicating financial goals as appropriate within the organization; specifying criteria and standards for evaluating performance; monitoring performance, and communicating deviations between actual and planned performance to those responsible.

A sound financial control system enables top management to focus the activities of its subsidiaries toward common objectives. A control system consists of operational and financial policies, internal reporting structures, operating budgets, and procedure manuals consistent with top management's goals. Suboptimal behavior, which occurs when a subunit strives to achieve its own ends at the expense of the whole organization, thus is minimized. A timely reporting system that constantly monitors each unit is a good motivator. An efficient control system also enables headquarters management to evaluate the strategic plans of the company and to revise them when needed. Management's strategic planning tasks are aided by an information system that informs management of environmental changes that might significantly impact the company. Finally, a good control system enables top management to properly evaluate the performance of subordinates by ensuring that subordinates are held accountable only for events they can control.

If a well-designed control system is useful to a unicultural company, it is invaluable to its multinational counterpart. The conditions affecting management decisions can not only differ, but also constantly change.

УДК 339.564

С.В. Бестужева, канд. екон. наук, доц. (*ХНЕУ ім. С. Кузнеця, Харків*)

УДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ АНАЛІТИЧНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РОЗВИТКУ ЗОВНІШНЬОТОРГОВЕЛЬНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ

Сучасний розвиток міжнародної економічної діяльності України в умовах нових світових політичних, економічних та соціальних викликів свідчить про домінуючу роль зовнішньоторговельної сфери. В умовах, коли закріпилася тенденція існування від'ємного зовнішньоторговельного сальдо України, обсяги якого є загрозливими, і коли зовнішнім ринкам притаманна жорстка конкуренція виробників

продукції, головним завданням органів державного управління має стати удосконалення та розвиток експортного потенціалу України. Тим більше, що реалізація європейського інтеграційного вектору зовнішньоекономічної та зовнішньоторговельної політики України зокрема вимагає нових підходів та цілісної стратегічної програми якісного удосконалення як товарної, так і географічної структури експорту, а також державних заходів його підтримки і стимулювання.

Важливість і багатоаспектність виникаючих в цій сфері питань вимагає поглиблення аналізу якісних і кількісних параметрів, структурних особливостей і географічних векторів розвитку торговельних зв'язків. Особливої актуальності набувають питання комплексного аналітичного дослідження динаміки та структури зовнішньої торгівлі України як суб'єкта світогосподарських зв'язків у цілому та зовнішньоторговельної діяльності національних суб'єктів господарювання зокрема. З цією метою автором запропонована наступна послідовність аналізу зовнішньоторговельної діяльності суб'єктів господарювання України (рис. 1).

Так, аналіз експортної та імпоротної діяльності вітчизняних підприємств здійснюють таким чином:

1) на *першому етапі* здійснюють розрахунок таких показників результативності зовнішньоторговельної діяльності як сальдо зовнішньої торгівлі товарами (ЗТС) та зовнішньоторговельний оборот (ЗТО), а також коефіцієнт покриття експорту імпортом для визначення рівня імпортозалежності національної економіки;

2) на *другому етапі* здійснюють розрахунок експортної (E_k), імпоротної (I_k) та зовнішньоторговельної квоти (ЗТк) для визначення ступеня інтегрованості країни в міжнародну торговельну сферу;

3) *третьому етапі* полягає в аналізі динаміки зовнішньої торгівлі товарами за останні три роки шляхом визначення абсолютних (ланцюгових, базисних) і відносних (темлів зростання та темлів приросту) відхилень основних показників зовнішньої торгівлі товарами для обґрунтування напрямів і тенденцій її розвитку;

4) на *четвертому етапі* визначають та аналізують у динаміці індекси фізичного обсягу, середніх цін та умов торгівлі;

5) *п'ятому етапі* полягає у визначенні та аналізі товарної структури зовнішньої торгівлі;

6) *шостому етапі* – у визначенні та аналізі географічної структури зовнішньої торгівлі товарами;

7) на останньому – *сьомому етапі* – на основі узагальнення здобутих результатів визначаються основні тенденції розвитку зовнішньоторговельної сфери України [1].



Рисунок 1 – Послідовність аналізу зовнішньоторговельної діяльності суб'єктів господарювання України

Проведене автором аналітичне дослідження свідчить, що структура та динаміка зовнішньої торгівлі не відповідають експортним можливостям нашої держави. У 2019 році обсяги експорту склали 50060,34 млн. дол., а імпорту – 60783,66 млн. дол. Відповідно негативне сальдо зовнішньої торгівлі товарами складало 10723,32 млн. дол. При цьому темпи зростання експорту у 2019 році порівняно з 2018 роком склали 105,8%, а імпорту – 106,3%. Коефіцієнт покриття експорту імпортом у 2019 році склав 0,823, у 2018 році – 0,828, у 2017р. – 0,872, а у 2016 р. – 0,926 , у 2015 р. – 101,63 [2].

В структурі експорту переважають сировина та продукція з низьким ступенем переробки (понад 70%). Найбільшими товарними групами у структурі експорту у 2019 році є продукція агропромислового комплексу (АПК) – 44,3%, недорогоцінні метали та вироби з них – 24,5%, мінеральні продукти – 9,7% [2].

В якості основних заходів щодо забезпечення розвитку зовнішньоторговельної діяльності українських підприємств слід запропонувати зміну товарної структури експорту в бік високотехнологічних, наукоємних товарів; географічну диверсифікацію експорту; удосконалення механізму кредитування і страхування експорту за участю держави, а також надання державних гарантійних зобов'язань щодо експортних кредитів; забезпечення стабільного макроекономічного, інституційного і політичного середовища; створення привабливого інвестиційного клімату; підтримку малого і середнього бізнесу.

Інформаційні джерела:

1. Бестужева С. В. Міжнародна економічна діяльність України : навч. посібник / С. В. Бестужева. – Харків : ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2016. – 268 с.
2. Офіційний сайт Державного комітету статистики. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua>

УДК 336.225.674:658.8

Г.Р. Верзілова (*ХДУХТ, Харків*)

УДОСКОНАЛЕННЯ МЕТОДИКИ АУДИТУ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Елементом методики аудиту маркетингової діяльності є класифікатор можливих і типових помилок та порушень, ймовірність виникнення яких на торговельному підприємстві може бути значною та які можуть виникати при застосуванні різних підходів до створення методик аудиту. Несуттєвими є одиничні невеликі відхилення від встановлених вимог. Від систематичності і вагомості впливу на якість залежить класифікація невідповідностей. Кілька невеликих відхилень від вимог, виявлені на підприємстві, можуть бути істотною невідповідністю. Виявлення помилок і невідповідностей є потенціалом для вирішення проблеми за допомогою попереджувальних дій чи