

клімату, вдосконаленню законодавства, лібералізації системи регулювання ринку цінних паперів, формування інформаційної відкритості, привабливості іміджу регіонів і держави загалом. Наведені моделі державного регулювання в зарубіжних країнах (Німеччина, Франція, Великобританія, США, Казахстан, Польща) є орієнтиром залучення зарубіжного досвіду в сферу інвестицій, що може дати значний поштовх у розвитку національного фінансового ринку. Слід зазначити, що практична реалізація шляхів і способів активізації інвестиційної діяльності, зможе сприяти розвитку інвестиційної діяльності в ринкових умовах, а також підвищити активізацію інвестиційного процесу, що забезпечить реальні зрушення в економічній структурі суспільства.

Джерела та література:

1. Наказ Міністерства фінансів України № 559 від 30.11.2001 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : «Про затвердження Положення (стандарту) бухгалтерського обліку 13 "Фінансові інструменти"»
2. Воробець Т. І. Необхідність фінансових інвестицій в умовах ринкової економіки / Воробець Т. І. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.nbu.gov.ua/portal/Soc_Gum/Nvfb/2010_1/0110st7.pdf
3. Гончаров В. М., Родіонов О. В. Фінансові інвестиції: сутність та теоретичні аспекти залучення / Гончаров В. М., Родіонов О. В. // Серія: Економічні науки – №21[Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.nbu.gov.ua/portal/soc_gum/znpchdtu/2008_21_2/articles/39_Goncharov.pdf
4. Раделицький Ю. О. Державне регулювання фінансових інвестицій: зарубіжний досвід і національні реалії / Раделицький Ю. О. – Науковий вісник НЛТУ України – 2009. – №19.13 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.nbu.gov.ua/portal/chem_biol/nvnl/19_13/242_Radelecki_19_13.pdf
6. Мех Ц. Розвиток фінансового ринку Польщі / Мех Ц. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://kiev.convdocs.org/docs/1276/index-68064.html>
7. Галан Л. В Шляхи та перспективи активізації інвестиційної діяльності в ринкових умовах / Галан Л. В [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.nbu.gov.ua/portal/soc_gum/evu/2012_19_1/Galan.pdf
8. НРА «Рюрік» Аналітичний огляд ринку облігацій за 2011 рік / НРА «Рюрік», 2011 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://rurik.com.ua/documents/research/bonds_IV_kv_2011_review.pdf
9. Куцик В. І. Ринковий механізм регулювання фінансових інвестицій в умовах трансформаційних процесів економіки України / Куцик В.І., Хомицький А.І., Герасимчук І.Р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://archive.nbu.gov.ua/portal/chem_biol/nvnl/17_3/276_Kucyk_17_3.pdf
10. Дорошенко Г. О. Особливості реформування системи регулювання і нагляду у сучасних умовах розвитку фінансового ринку України / Дорошенко Г. О. – Економічний простір – 2011. – №47 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://archive.nbu.gov.ua/portal/Soc_Gum/Ekpr/2011_47/statti/18.pdf
11. Національний банк України. Грошово-кредитна статистика [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.bank.gov.ua/control/uk/publish/category?cat_id=44579

Швец Л.І.

УДК 658.17

АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ ОБЛІКУ СОЦІАЛЬНИХ ВИТРАТ У ЦІЛЯХ УПРАВЛІННЯ НИМИ

Анотація. У статті розглянуто особливості відображення соціальних витрат у системі управлінського обліку. Визначено їх основне призначення, яке полягає у досягненні соціального та (або) економічного ефектів. Обґрунтовано склад соціальних витрат у відповідності до мети концепції соціально відповідальної діяльності виробничих об'єктів. Показано необхідність формування інформації про соціальні витрати для менеджменту підприємства з метою досягнення максимально можливого соціального ефекту при мінімальних витратах, зниження рівня ентропії при прийнятті управлінських рішень. Виділено три рівні управління: оперативний, тактичний, стратегічний і проаналізовано типи завдань, належних до вирішення на кожному із рівнів. У відповідності до управлінських цілей аргументовано цілі обліку соціальних витрат, а також показано основні їх характеристики. Враховуючи різносторонність запитів менеджменту та їх щоденну координацію функціональних підрозділів, запропоновано формувати облікову інформацію про соціальні витрати оперативного, тактичного та стратегічного характеру за допомогою обліку витрат за центрами витрат і сферами відповідальності, за видами діяльності й соціальними процесами із використанням моделей прогнозування витрат.

Ключові слова: управлінський облік, управління соціальними витратами, економічний ефект, соціальний ефект, стратегія корпоративної соціальної відповідальності

Анотація. В статье рассмотрены особенности отражения социальных расходов в системе управленческого учета. Определено их основное назначение, которое заключается в достижении социального и (или) экономического эффектов. Обоснован состав социальных расходов в соответствии с целью концепции социальной ответственной деятельности производственных объектов. Показана необходимость формирования информации о социальных расходах для менеджмента предприятия с

целью достижения максимально возможного социального эффекта при минимальных затратах, снижения уровня энтропии при принятии управленческих решений. Выделены три уровня управления: оперативный, тактический, стратегический и проанализированы типы задач, подлежащих решению на каждом из уровней. В соответствии с управленческими целями аргументировано цели учета социальных расходов, а также показаны основные их характеристики. Учитывая многосторонность запросов менеджмента и их ежедневную координацию функциональных подразделений, предложено формировать учетную информацию о социальных расходах оперативного, тактического и стратегического характера посредством учета затрат по центрам затрат и сферами ответственности, по видам деятельности и социальным процессам с использованием моделей прогнозирования затрат.

Ключевые слова: управленческий учет, управление социальными издержками, экономический эффект, социальный эффект, стратегия корпоративной социальной ответственности

Summary. In the article discusses the features of reflection social costs in the system of management accounting. Defined their main purpose, which is to achieve social and (or) economic effects. Proved their composition in accordance with the objectives of the concept of corporate social responsibility. The necessity of the formation of information about social costs for the management of the enterprise in order to achieve maximum social impact at the lowest cost, to make lower entropy in decision-making is shown. Three levels of management: operational, tactical, strategic are determined, types of tasks relevant to the decision at each level are analyzed. According to management targets the goals of social costs accounting is shown, their main characteristics are explained. Consider to management requests, which are versatile, and their daily coordination the functional units, it is proposed to form operational, tactical and strategic accounting information about the social costs through cost accounting for cost centers and areas of responsibility, for activities and social processes using models of costs predicting.

Keywords: management accounting, social costs management, economic impact, social impact, the strategy of corporate social responsibility

Постановка проблеми. Фундаментом успішного практичного впровадження проектів, що підтверджують дотримання підприємствами політики соціально відповідальної діяльності у постіндустріальну епоху є інформація. Саме вона зменшує невизначеність і знижує ризик прийняття помилкових рішень в умовах змін оточуючого середовища. Спрямованість на уникнення ентропії й імітація вектору змін процесів господарювання властиво для інформації економічного спрямування, значну частину якої на виробничих одиницях готує система обліку. Корисність обліку як інформаційної, метрологічної та комунікаційної системи організації полягає у генеруванні різновекторної інформації про зміну майнового стану та фінансових результатів, ефективності роботи окремих господарських процесів для задоволення потреб користувачів не тільки в особі власників підприємства, держави, ділових партнерів, але й управлінського персоналу. Враховуючи різносторонність запитів менеджменту та їх щоденну координацію функціональних підрозділів, існує потреба у створенні своєчасних сигналів про поточний стан справ на виробничому об'єкті. Разом з тим, постійні зміни ринкового середовища, ускладнення соціальних й економічних систем, методів управління ними ставлять вимоги до формування прогнозової інформації для максимально точного передбачення трансформаційних процесів і пристосування до них. Поставлені вимоги реалізує обліковий персонал, який на основі моделей обробки даних створює інформаційні ресурси оперативного, тактичного, стратегічного характеру про окремі сторони діяльності підрозділів і підприємства у цілому, ведучи, таким чином, управлінський облік.

Огляд (аналіз) останніх досліджень і публікацій. Завдячуючи працям зарубіжних і вітчизняних теоретиків і практиків у сфері обліку й управління, зокрема Аткинсона Е.А., Банкера Р.Д., Каплана Р.С., Янга М.С., Алчерча А., Друрі К., Соколова Я.В., Фостера Дж., Хонгрена Ч.Т., Голова С.Ф., Задорожного З.В., Леня В.С., Нападовської Л.В., Чумаченка М.Г., Пушкаря М.С., Фаріона І.Д., Шевчук В.Р. визначено особливості, теоретичні та методологічні основи управлінського обліку, що є вагомим науковим базисом для удосконалення структури інформаційних ресурсів обліку соціальних витрат, як компоненту ефективного впровадження стратегії корпоративної соціальної відповідальності. Питання щодо формування інформації про окремі елементи витрат суспільно корисного значення в обліку розглядали Кукоба В.П., Пархоменко В.М., Замула І., Кондратюк О.М., Папінко В.З., Жиглей І.В., Стибулевич Т.О. Аналіз наукових праць названих дослідників хоч і дає можливість використання запропонованих ними рекомендацій у подальших дослідженнях у сфері створення облікової інформації про соціальні витрати, проте не відхиляє необхідність доповнення механізму формування облікової інформації про увесь комплекс соціальних витрат корисної для управління діяльністю підприємства.

Мета статті. Мета статті полягає у формуванні теоретичного базису щодо механізму відображення соціальних витрат в системі обліку у цілях зниження невизначеності при прийнятті управлінських рішень і задоволення інформаційних запитів менеджменту підприємства.

Виклад основного матеріалу. У період посилення економічної кризи, загострення протиріч між учасниками соціально-економічних відносин стратегія корпоративної соціальної відповідальності стає одним із способів досягнення конкурентних переваг підприємства та впливає на підвищення його вартості. Основна мета такої стратегії полягає в уникненні створення негативного впливу від виробничої діяльності фірми на зовнішнє і внутрішнє середовище, а за наявності фінансових можливостей – створення позитивних впливів діяльності економічної одиниці на оточення шляхом проведення ініціатив соціального змісту (підтримка незахищених верств населення, розвиток інтелектуальних здібностей працівників, організація недержавних пенсійних проектів).

У ході виконання взятих зобов'язань як відповідального виробника у підприємства виникають соціальні витрати, під якими розуміємо вартість ресурсів, залучених для формування соціального та (або) економічного ефектів (рис.1). Соціальним ефектом вважаємо створену підприємством надвласну вигоду, коли його керівництво проводить проекти виключно на користь суспільства. Спрямованість соціальних витрат на створення економічного ефекту виявляємо в тих випадках, коли шляхом проведення соціальних заходів підприємство намагається не допустити формування негативних впливів на оточення (екологічних катастроф, професійних захворювань працівників, виробництва бракованих виробів), що призводять до витрат і зменшення прибутків суб'єкта господарювання.

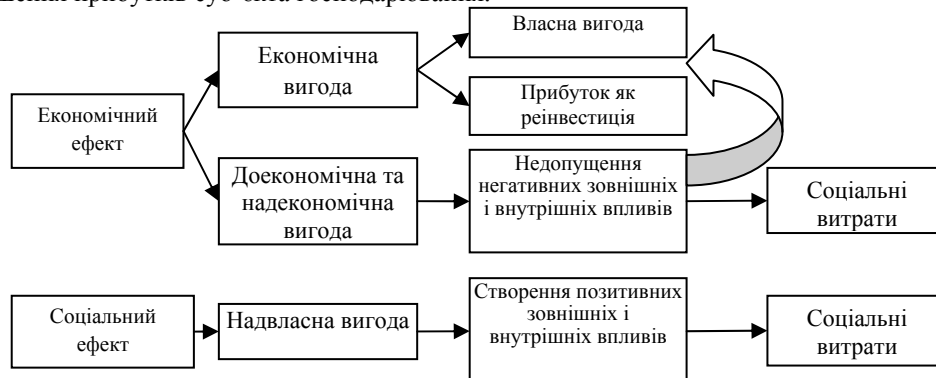


Рис. 1. Структура соціального й економічного ефектів

Із розширенням масштабів діяльності та укрупненням бізнесу збільшуються масштаби соціальних ініціатив і, відповідно, величина соціальних витрат, що посилює потребу управління ними. Для координації результатів таких ініціатив управлінському персоналу необхідна своєчасна інформація про хід діяльності та можливі зміни кожного із них. Функцію задоволення інформаційних потреб менеджменту покладено на службу управлінського обліку, оскільки він є системою, яка додає вартість на основі формування фінансової та нефінансової інформації, що спрямовує дії менеджера, мотивує поведінку, підтримує та створює культурні цінності, необхідні для досягнення стратегічних, тактичних і оперативних цілей організації [1, с. 26]. Оперативна інформація, ґрунтуючись на інженерних, техніко-економічних і аналітичних розрахунках ефективності використання факторів виробництва, здійснення процесів господарської діяльності й їх впливу на фінансові результати, використання потенціалу та пошуку «вузьких місць» у роботі підприємства [6, с. 247] суттєво знижує рівень невизначеності та дає знання про вартість проведення кожного процесу, його результативність, ефективність діяльності підрозділів виробничого об'єкту. Інформація стратегічного характеру дозволяє приймати рішення, пов'язані із способами реагування на зміни ринкового середовища, плануванням параметрів діяльності, формуванням позитивних економічного і соціального ефектів від функціонування промислових одиниць.

Така тенденція є детермінантою створення інформації оперативного, тактичного та стратегічного значення про вартісний вимір ініціатив відповідальної діяльності бізнесу обліковим персоналом і стає прерогативою з огляду на основні характеристики соціальних витрат і порядок їх відображення у системі фінансового обліку, який відповідає потребам складання фінансової звітності та в недостатній мірі задовольняє інформаційні потреби управлінського персоналу.

До основних характеристик витрат суспільно корисного характеру відносимо:

- відмінність видів витрат за призначенням і джерелами фінансування. Кожна група соціальних витрат призначена для виконання певного завдання, сутність якого зводиться до виробництва якісної продукції чи зменшення числа бракованих виробів, підвищення кваліфікаційного складу працівників чи зниження рівня плинності кадрів, посилення мотивації до праці, уникнення нещасних випадків на виробництві та професійних захворювань, зниження рівня забруднення навколишнього середовища, економії ресурсів, створення додаткової користі для суспільства через виконання соціальних ініціатив, призначених для вирішення актуальних проблем місцевої громади. Оскільки призначення кожного виду витрат є різним, це спонукає до визначення різних джерел їх фінансування. Зокрема витрати, пов'язані із удосконаленням якості продукції, охороною праці та технікою безпеки в процесі виробництва, охороною навколишнього середовища фінансують за рахунок собівартості продукції, тоді як витрати, пов'язані із створенням позитивних екстерналій, наданням пільг і гарантій працівникам, ініційованих підприємством, виплати по закінченню трудової фінансують за рахунок прибутку. Відмінність за призначенням і джерелами фінансування соціальних витрат вказує на причину неможливості їх відокремленої ідентифікації у системі рахунків та реєстрів фінансового обліку, через підпорядкування механізму відображення таких витрат цілям складання фінансової звітності. Узагальнений облік таких витрат, коли їх відображають однією статтею «загальновиробничі витрати», «інші витрати операційної діяльності», «інші витрати» без належної деталізації не формує усього спектру інформації, необхідної для координації соціальної діяльності. Це вказує на потребу спеціалізації генерування різновекторних знань про ресурсне навантаження процесів, пов'язаних із створенням позитивного впливу діяльності економічної одиниці на внутрішнє і зовнішнє середовище;

- відсутність прямого зв'язку із процесом виробництва. Більшість соціальних витрат є накладними, які складають значний відсоток собівартості продукції та потребують розподілу між об'єктами витрат (продукцією, замовленням);

- тісний зв'язок із витратами економічного призначення. Окремі соціальні витрати складно ідентифікувати як окрему величину, оскільки вони тісно корелюють із витратами економічного призначення і потребують виокремлення на основі експертних, техніко-економічних розрахунків. До складу таких витрат відносимо витрати, пов'язані із утриманням обладнання подвійного призначення, що складається із механізмів виробничого призначення та механізмів захисту працівників від ушкоджень і травм чи механізмів захисту навколишнього середовища.

Враховуючи види соціальних витрат, їх особливості та масштаби діяльності підприємства соціального значення доцільно спроектувати механізм перетворення фактів соціальної діяльності у обліковий продукт – інформаційні ресурси оперативного, тактичного та стратегічного характеру, поєднуючи методи обліку та розподілу витрат за принципом «різна собівартість для різних цілей управління». Для цього слід визначити основні запити менеджменту щодо змістовної частини інформації про соціальні витрати на основі аналізу цілей управління. Різним цілям управління відповідають різні методи обліку соціальних витрат, способи їх ідентифікації та розрахунку (рис.2).

На рис.2 показано, що порядок групування й оцінки соціальних витрат залежить від інформаційних потреб і цілей управлінського персоналу. Виділяють короткотермінові, середньотермінові та довготермінові цілі, різниця між якими полягає у періоді їх виконання [8, с. 120]. Особливістю короткотермінових цілей є можливість їх реалізації протягом часу до одного року. Зміст короткотермінових цілей залежить від завдань поточних планів підприємства, а ступінь досягнення – від ефективності прийнятих рішень у процесі оперативного управління.

Управлінці поточною діяльністю підприємства вирішують прості завдання чи завдання незначної складності. Простим завданням притаманні формалізовані однотипні щоденні процедури, а при виконанні завдань незначної складності характерні випадкові чинники, для яких відомі закони їх впливу [4, с. 37]. Відповідно, основною характеристикою інформаційних ресурсів обліку є їх визначена структурованість, а основна вимога до них полягає у своєчасності формування і подання для керівництва. Ціль формування своєчасних інформаційних ресурсів про соціальні витрати виробничого об'єкту зводиться до зниження невизначеності у процесі координації їх величини під час виконання функцій господарської діяльності економічної одиниці. З цією метою перевага надається контролю за соціальними витратами у місцях їх виникнення відповідно до встановлених величин у затверджених поточних бюджетах чи кошторисах і своєчасному відслідковуванні зміни величини витрат.



Рис. 2. Моделювання механізму створення інформації про соціальні витрати у системі управлінського обліку

Досягнення середньотермінових цілей є можливим протягом одного-трьох років, а відповідальність за їх виконання лежить на менеджерах тактичного рівня управління. Завдання, які вирішують на даному рівні слабоструктуровані та містять невідомі компоненти, непередбачувані фактори, що здійснюють вплив на хід діяльності й її наслідки. Основна вимога до інформаційних ресурсів обліку для зменшення невизначеності прийняття управлінських рішень на тактичному рівні зводиться до узагальнення величини річних соціальних витрат у розрізі окремих центрів витрат, окремих соціальних ініціатив і по підприємству у цілому, а також передбачення можливих факторів зміни величини витрат і складанні прогнозних кошторисів витрат за окремими центрами витрат, соціальними ініціативами та по підприємству.

Значний рівень ентропії притаманний процесу управління для досягнення стратегічних цілей організації, оскільки завдання, поставлені на три та більше років уперед в умовах динамічних змін зовнішнього середовища характеризуються протидією і конфліктом окремих чинників, що впливатимуть на величину соціальних витрат (дії конкурентів, вимоги ринку, зміни у потребах місцевої громади) та існуванням випадкових чинників, для яких невідомі закони їх впливу чи відсутні достатні резерви ресурсів для ліквідації. Ризик появи неочікуваних чинників зростання вартості програм соціального значення дає підстави вважати основним завданням інформаційних ресурсів обліку соціальних витрат, орієнтованих на задоволення потреб стратегічного управління, максимально точно передбачення чинників коливання соціальних витрат, врахування таких чинників у ході формування бюджетів і розрахунку ступеня їх впливу на величину витрат. Стратегічна інформація обліку підпорядковується загальній філософії управління і передбачає створення імітаційних моделей поведінки соціальних витрат, передбачення їх зміни під впливом обраних концепцій управління витратами: мінімізації витрат у процесі проектування продукту чи поступового зниження соціальних витрат у ході етапів життєвого циклу продукції шляхом безперервного вдосконалення окремих видів діяльності підприємства, визначення частки соціальних витрат на етапах формування цінності продукту, калькулювання вартості соціальних ініціатив зовнішнього спрямування.

Висновки. Враховуючи особливості діяльності та пріоритетність поставлених завдань, спеціалісти управлінської облікової служби формують диференційовані інформаційні ресурси про соціальні витрати для менеджменту, тому вони повинні бути добре ознайомлені з управлінським циклом і завданнями політики корпоративного громадянства. Особливо доцільним є знання особливостей діяльності, що провокує виникнення соціальних витрат у процесі створення такого інформаційно-аналітичного продукту, який є не просто впорядкованим набором окремих фрагментів проблемної галузі, а цілісною картиною, яка відображає об'єкт управління у зручному для сприйняття ракурсі, містить пропозиції варіантів альтернативної поведінки та можливих наслідків, дає можливість сприймати об'єкт управління у його динаміці. З цією метою пропонуємо формувати інформацію в обліку про соціальні витрати для трьох рівнів управління, використовуючи для цього різні критерії: контрольованості витрат, планування витрат, калькулювання витрат за окремими видами діяльності й процесами соціального значення.

Джерела та література:

1. Голов С. Ф. Управлінський облік. Підручник. – 3-тє вид. / С. Ф. Голов. – К. : Лібра, 2006. – 704с.
2. Друкер П. Эффективное управление. Экономические задачи и оптимальные решения / П. Друкер. Пер. с англ. М. Котельниковой. – Москва : ФАИР-ПРЕСС, 2003. – 288с.
3. Друри К. Управленческий и производственный учет: пер. с англ. / К. Друри. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2003. – 1071с.
4. Матвієнко О. В. Основи інформаційного менеджменту : Навчальний посібник / О. В. Матвієнко. – К. : Центр навчальної літератури, 2004. – 128с.
5. Нападівська Л. В. Управлінський облік: підруч. для вузів / Л. В. Нападівська. – 2-е вид., доопрац. та доповнене. – К: Київський нац. торг. – екон. ун-т., 2010. – 648с.
6. Пушкар М. С. Ідеальна система обліку: концепція, архітектура, інформація / М. С. Пушкар, М. Г. Чумаченко. – Тернопіль : Карт-бланш, 2011. – 335 с.
7. Хорнгрен Ч. Г., Фостер Дж. Бухгалтерский учет : управленческий аспект. – М. : Финансы и статистика, 1995. – 415с.
8. Шегда А. В. Менеджмент : Підручник / А. В. Шегда. – К. : Знання, 2004. – 687 с.

Розстальна А.М., Хамідова О.М.

УДК 339.138:658.8

ІНТЕРНЕТ-КОМУНІКАЦІЇ ЯК ЕФЕКТИВНИЙ ЗАСІБ ПРОСУВАННЯ НА ПРОМИСЛОВОМУ РИНКУ

Анотація. Рецензована робота являє собою серйозну і цікаву наукову статтю на досить актуальну тему - застосування Інтернет технологій для просування товарів промислового призначення. У статті розкрито проблема використання Інтернет простору для просування продукції промислових підприємств, визначено особливості промислового ринку в умовах ринкової економіки та запропоновано шляхи вдосконалення Інтернет-комунікацій промислового підприємства. Головна цінність роботи полягає в тому, що автор дає конкретні обґрунтовані рекомендації щодо просування підприємства та збільшення його популярності та впізнаваності, що, безсумнівно, позитивно вплине на його положення на ринку. Тісний зв'язок між теорією та виданими рекомендаціями дозволяє зробити висновок про гарній роботі з джерелами і особистою зацікавленістю автора у викладається теми.

Ключові слова: Інтернет, комунікації, маркетинг, підприємство, промисловість, просування, реклама.

Аннотация. Рецензируемая работа представляет собой серьезную и интересную научную статью на довольно актуальную тему применения Интернет технологий для продвижения товаров промышленного назначения. В статье раскрыта проблема использования Интернет пространства для продвижения продукции промышленных предприятий, определены особенности промышленного рынка в условиях рыночной экономики и предложены пути совершенствования Интернет-коммуникаций промышленного предприятия.

Главная ценность работы заключается в том, что автор дает конкретные обоснованные рекомендации относительно продвижения предприятия и увеличения его популярности и узнаваемости,