

**СЕКЦІЯ 1. СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ ОБЛІКУ ТА АНАЛІЗУ В  
ЕКОНОМІЦІ, МЕНЕДЖМЕНТІ ТА МАРКЕТИНГУ**

**Боргуленко Н. А, Атабаєва А.А.**

**Роль трансфертного ціноутворення в процесі  
оперативного управління фінансовим результатом  
дистриб'юторської компанії**

Сучасний розвиток економіки України, в умовах сьогоденних кризових явищ, знаходиться на етапі уповільнення її трансформаційних процесів. Дана ситуація призводить до зниження обсягів ресурсів і доходів суб'єктів господарювання та спонукає українське підприємницьке співтовариство до пошуку ефективних методів управління фінансовим результатом. Аналіз останніх публікацій за даною проблемою [3] показав, що існує інтерес до управління фінансовим результатом шляхом класифікації його складових за центрами відповідальності.

Таким чином, метою дослідження є встановлення перспектив розподілу складових фінансового результату дистриб'юторської компанії за центрами відповідальності і висвітлення основних моментів трансформації його обліку та аналізу в системі управління компанії.

Фінансовий результат дистриб'юторської компанії – це чітко сплановані та розподілені витрати за центрами відповідальності таким чином, щоб отримані доходи їх покривали, а також після уплаты податків отримали прибуток, що і є головною метою.

Основними факторами, що впливають на фінансовий результат компанії є витрати та доходи та їх співвідношення.

З огляду на вищевказане, можна зробити висновок, що раціональне управління фінансовим результатом компанії можливе тільки за умови ретельного аналізу та контролю рівнів його складових від етапу їх виникнення до моменту включення в кінцевий фінансовий результат. В науковій літературі такий підхід знайшов відображення в концепції організації обліку та аналізу фінансових результатів за центрами відповідальності [1].

Так, основним бізнес-процесом дистриб'юторської компанії є реалізація товарів, придбаних безпосередньо у виробників. Вартість придбання товарів та подальше додавання внутрішньої вартості товарів формують так звану внутрішню трансфертну ціну реалізації. Трансфертна ціна із додаванням торгівельної націнки відповідно формують ціну зовнішньої реалізації.

Організація внутрішньогосподарського обліку в центрах відповідальності відповідно до концепції трансфертного ціноутворення дозволяє формувати вичерпану аналітичну інформацію щодо нарощення вартості товарів, що підлягають реалізації.

Отже дана концепція передбачає розподіл складових фінансового результату за центрами відповідальності, розробку програми трансформації фінансової звітності відповідно до вимог управлінського обліку з використанням можливостей Microsoft

Excel, встановлення показників факторного аналізу фінансового результату в умовах автоматизації процесу [2].

Даний обсяг інформації цілком здатен забезпечити оперативне координування управлінських рішень щодо корегування рівня фінансового результату. Наприклад, спрощений алгоритм управлінського аналізу за статтями витрат можна представити наступним чином: “місце виникнення витрат – центр відповідальності – встановлений норматив за розміром – об’єкт аналітичного обліку – встановлення відхилень – встановлення причин виявлених відхилень – прийняття корегувальних та попереджувальних заходів”.

Таким чином, очікуваним результатом від впровадження запропонованих заходів вдосконалення обліку та аналізу фінансових результатів дистриб’юторської компанії є формування управлінської інформації достатньої для прийняття оперативних рішень щодо корегування їх рівнів.

#### *Література:*

1. Іванюта П.В. Управлінські інформаційні системи в аналізі та аудиті: Навчальний посібник. – К.: Центр учбової літератури, 2007 – 180 стр.
2. Фінансовий аналіз. Навчальний посібник, Литвин Б. М., Стельмах М. В. – 2008.
3. Шеремет О.О. Фінансовий аналіз. Навчальний посібник. — К.: Міленіум, 2003. – 160 с.
4. Кулаковська Л.П., Піча Ю.В., Організація і методика аудиту: Навч. посіб. – 3-є вид. – К.: Каравела, 2006. – 560 с.
5. Бухгалтерський облік в Україні від теорії до практики / за ред. А.М. Коваленко – Дніпропетровськ: ВКК “Баланс-Клуб”, 2006 – 1024с.

**Брікульська Г.Ю., Ковтуненко К.В.**

### **Оцінка економічної ефективності та шляхи її підвищення**

За останній час завдяки поглибленню фінансової нестабільності, кризовому становищу велика кількість підприємств в Україні знаходиться на межі “виживання”. Через таку ситуацію дуже актуальною стає проблема аналізу економічної ефективності підприємств, а чітке її визначення і вирішення дозволяє підприємствам зберігати своє функціонування на ринку.

Отже, головною ціллю є визначення економічної ефективності та шляхів її підвищення.

Що ж уявляє собою економічна ефективність діяльності підприємства? Безумовно, відповідь на це питання, а також методологічні аспекти оцінки знайшли своє відображення в дослідженнях вітчизняних і зарубіжних вчених-економістів. Так наприклад, Петрович Й.М. казав, що економічна ефективність діяльності підприємства – це співвідношення результату чи ефекту діяльності підприємства з витраченими ресурсами (витратами) [1]. Формалізовано це можна представити таким чином (див. формулу 1):