

знаходиться мінімум по лінійних регресіях (коефіцієнтах C_k^I і C_v^II).

Якщо дві чи більше пар коефіцієнтів C_k^I , C_v^II дають одне і те ж значення функціонала, то в функціоналі переходять до другої метрики та знаходять його мінімум. В випадку, коли $n \geq 2$, спочатку застосовують градієнтний метод для звуження області параметрів $\alpha, \beta, \gamma, \delta, \dots, \zeta$, потім установлюють границі для цих параметрів.

1. *Бабенко В.Ф. О работах Н.П. Корнейчука, выполненных в 1990-1999 годах/ В.Ф. Бабенко, А.А. Лигун, В.П. Моторный// Укр. матем. журн.- 2000.– Т. 52, №1.– С. 5-8.2*

2. *. Пелешенко Б.И. Об одном алгоритме восстановления функции одной переменной/ Б.И.Пелешенко, А.И. Журный// Сб. науч. статей «Математика, компьютер, образование» - 2000. – В.7, ч.2. - С. – 581 – 585.*

Н.І. Пилипів

Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника

І.Д. П'ятничук

Івано-Франківський університет права імені Короля Данила Галицького

О.В. Вакун

Івано-Франківського навчально-наукового інституту менеджменту Тернопільського національного університету

ЗАСТОСУВАННЯ ІНСТРУМЕНТАРІЮ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІНСЬКОГО ОБЛІКУ ДЛЯ ПРИЙНЯТТЯ ІНВЕСТИЦІЙНИХ РІШЕНЬ

За сучасних умов повільного реформування економіки, що суттєво послабило конкурентоспроможність вітчизняних підприємств, визріла необхідність у застосуванні нового інструментарію в процесі прийняття управлінських рішень. До настання економічної нестабільності в країні, стратегія розвитку підприємств була орієнтована на пошук нових напрямів бізнесу шляхом вдосконалення інфраструктури, що вимагало збільшення кількості персоналу. Тепер стратегія направлена на оптимізацію бізнес-процесів та істотне підвищення їх ефективності. Це заставляє менеджерів різних рівнів управління при прийнятті економічно обґрунтованих рішень використовувати таку інформаційну базу, яка давала б відповідь на запитання типу «а що буде, якщо»: розширити виробництво, відкрити нові ділянки виробництва, використати вільні площі виробничого призначення, відновити, поліпшити чи придбати нове виробниче обладнання та ін.

При цьому, пошук відповідей на вищезазначені питання доцільно здійснювати з урахуванням альтернативних варіантів рішень. З огляду на це, якісне і повне інформаційне забезпечення процесу їх прийняття можливо сформувати за допомогою вибору саме інструментарію стратегічного управлінського обліку, який характеризується гнучкістю його застосування та високим рівнем підпорядкованості.

Стратегічний управлінський облік відіграє важливе значення у стратегічному плануванні. Коли керівники вищої ланки управління зосереджуються на прийнятті найважливіших стратегічних рішень, наприклад, щодо доцільності інвестування в нове обладнання чи відновлення діючого, то це зумовлює потребу в підготовці бухгалтерами

необхідної інформації для формування варіантів рішень. Тому необхідне використання ряду інструментів, які забезпечать формування масивів обліково-аналітичної інформації для потреб менеджменту.

Вважаємо, що під стратегічним управлінським обліком слід розуміти окремий різновид управлінського обліку, що передбачає формування якісної інформації через застосування виокремленого в його межах інструментарію для прийняття рішень менеджерами підприємства на основі налагоджених бізнес-партнерських відносин з метою успішної реалізації стратегії підприємства.

Вважаємо справедливою позицію дослідників С. Кадез і С. Гілдінг [1, с. 838-839] щодо виокремлення п'яти груп інструментарію стратегічного управлінського обліку, які сприятимуть правильному вибору відповідних інструментів у межах кожної з них. Таким чином, у результаті вивчення літератури здійснено систематизацію інструментарію стратегічного управлінського обліку у межах п'яти груп:

1) облік витрат (калькулювання собівартості продукції за видами діяльності; калькулювання життєвого циклу виробу; калькулювання на основі якості; «таргет-кост»; калькулювання на основі ланцюга цінності);

2) планування, контроль і оцінка ефективності (бенчмаркінг; комплексна оцінка ефективності / збалансована система показників);

3) прийняття стратегічних рішень (стратегічний облік витрат (стратегічне управління витратами); стратегічне ціноутворення; оцінка бренду (бюджетування та моніторинг));

4) облік конкурентів (оцінка витрат конкурентів; моніторинг позицій конкурентів; оцінка продуктивності конкурентів);

5) облік клієнтів (аналіз прибутковості / витрат клієнтів; аналіз прибутковості клієнтів у реальному часі; оцінка клієнтів як активу) [1; 2; 3; 4].

Проте дослідження практичної діяльності суб'єктів господарювання дало змогу виявити, що наведений інструментарій стратегічного управлінського обліку при формуванні обліково-аналітичної інформації про конкурентів і клієнтів (споживачів), не дозволяє враховувати інформацію про таких бізнес-партнерів, як постачальники. Тому, для вирішення проблеми запропоновано доповнити перелік інструментів, які об'єднані в межах п'яти груп, окремою групою – облік постачальників з віднесенням до неї таких інструментів, як: моніторинг позицій постачальників, оцінка постачальників та оцінка кон'юнктури ринку закупівель і ефективності каналів розподілу ресурсів, від якої буде залежати не тільки якість виготовленої продукції, але і безперебійність самого процесу виробництва.

Вважаємо, що запропонована група інструментарію стратегічного управлінського обліку сприятиме формуванню більш повного та якісного інформаційного забезпечення процесу прийняття конкурентоспроможних управлінських рішень щодо доцільності капітальних вкладень у інвестиційну діяльність підприємства.

Таким чином, проведене дослідження дало змогу встановити, що використання прогресивного інструментарію стратегічного управлінського обліку для формування якісного інформаційного забезпечення, яке надає інформацію для вирішення питань, що стосуються характеристики споживачів, конкурентів, постачальників, вартості проекту, оцінки доцільності інвестування коштів у проект, зумовлено потребою прийняття конкурентоспроможних управлінських рішень.

1. *Cadez S. An exploratory investigation of an integrated contingency model of strategic management accounting / S. Cadez, C. Guilding // Accounting, Organizations and Society. – 2008. – № 33(7-8). – pp. 836-863.*

2. *Власова О. Є. Науково-методичні засади організації стратегічного управлінського обліку в рамках системи обліково-аналітичного забезпечення управління підприємством / О. Є. Власова //*

Комунальне господарство міст. – 2014. – № 115. – С. 105-110.

3. Juras A. *Strategic Management Accounting – What Is the Current State of the Concept?* / A. Juras // *Economy Transdisciplinary Cognition*. – 2014. – Vol. 17, Issue 2. – pp. 76-83.

4. *Management Accounting in Support of the Strategic Management Proces* [Електронний ресурс] / Certified Institute for Management Accounting // *CIMA Executive Summary Report*. – 2005. – Vol. 11. – Issue 1. – Режим доступу : http://www.cimaglobal.com/Documents/Thought_leadership_docs/Management%20and%20financial%20accounting/Academic-Research-Report-Strategic-Management-Process.pdf.

Х.Б. Пилипів, Н.В. Юрчак, Л.С. Ковбасюк

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

СУТНІСТЬ ТА КЛАСИФІКАЦІЯ ДОХОДІВ ДІЯЛЬНОСТІ

Категорія доходу є однією з найскладніших в економічній науці. Вона була предметом широких дискусій серед представників різних економічних шкіл та напрямків. Однією з найбільш суперечливих вона залишається і на сьогодні, що обумовлює необхідність її поглиблення і уточнення.

В економічній літературі існує декілька визначень категорії доходу. У широкому розумінні, дохід – це гроші або матеріальні цінності, отримані від виробничої, комерційної, посередницької чи іншої діяльності.

Згідно з визначеннями, наведеними у економічній енциклопедії, дохід – 1) різниця між виторгом з реалізації продукції, робіт, послуг і вартістю матеріальних витрат на виробництво та збут цієї продукції. До матеріальних витрат при визначенні доходу зараховують вартість використаних у процесі виробництва матеріалів, виробів, конструкцій, палива та енергії, а також амортизаційних відрахувань, кошти на соціальне страхування та інші виплати. Доходи підприємства відрізняються від прибутку та заробітної плати працівників; дохід дорівнює сумі прибутку і заробітної плати працівників; 2) грошові або матеріальні цінності, отримані від виробничої, комерційної, посередницької та іншої діяльності (виторг) [1].

В.А.Сідун та Ю.В. Пономарьова характеризують дохід підприємства як виторг від реалізації продукції, послуг та виконання робіт без урахування податку на додану вартість та акцизного збору [2].

Згідно з Міжнародним стандартами з бухгалтерського обліку термін «дохід» означає валове надходження економічної вигоди протягом звітного періоду, який виникає у процесі звичайної діяльності підприємства. Коли ці надходження сприяють збільшенню власного капіталу, (окрім збільшення, яке пов'язане з внесками акціонерів), то його називають прибутком, коли зменшенню – то збитком [3].

Згідно з визначенням, яке дає ПКУ, доходи – загальна сума доходу платника податку від усіх видів діяльності, отриманого (нарахованого) протягом звітного періоду в грошовій, матеріальній або нематеріальній формах як на території України, її континентальному шельфі у виключній (морській) економічній зоні, так і за її межами [4].

Отже, дохід є надходженням економічних вигод, які виникають у результаті діяльності підприємства та одним з найголовніших показників, які відображають його фінансовий стан. Важливо є також необхідність розглядати дохід як категорію бухгалтерського обліку.

Методологічні засади формування, оцінки і визнання у бухгалтерському обліку інформації про доходи та вимоги до їх відображення у фінансовій звітності, визначені рядом нормативно-правових документів, зокрема: