

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

ВСП «ХАРКІВСЬКИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ ФАХОВИЙ КОЛЕДЖ
ДЕРЖАВНОГО ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО УНІВЕРСИТЕТУ»

НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЦИВІЛЬНОГО ЗАХИСТУ УКРАЇНИ

ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «КИЇВСЬКИЙ АВІАЦІЙНИЙ ІНСТИТУТ», КАФЕДРА ЕКОНОМІКИ ТА БІЗНЕС-ТЕХНОЛОГІЙ

IMPERATYV PL SPÓŁKA Z OGRANICZONA ODPOWIEDZIALNOŚCIĄ
(ТОВ «ТОРГОВИЙ БУДИНОК ІМПЕРАТИВ», ВАРШАВА, ПОЛЬЩА)

MILTON FRIEDMAN UNIVERSITY (БУДАПЕШТ, УГОРЩИНА)

VILNIUS UNIVERSITY, DEPARTMENT OF ACCOUNTING AND AUDIT (ВІЛЬНЮС, ЛИТВА)

ТОВ «ХЛАДОПРОМ»

ЗБІРНИК ТЕЗ ДОПОВІДЕЙ

III Міжнародної науково-практичної конференції

«ВІДНОВЛЕННЯ ТА МОДЕРНІЗАЦІЯ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ: ВИКЛИКИ, ПРІОРИТЕТИ, ПРАКТИКИ»



2025

Харків,
3 квітня 2025 року

УДК 338.246.88
М 74

Редакційна колегія:

Гурова Капіталіна – в. о. директора, к. е. н., доцент, Заслужений працівник народної освіти України.
Савченко Ілля – заступник директора з навчально-методичної роботи, к. держ. упр., доцент.
Болотова Тетяна – завідувач відділення економіки та бізнесу, к. е. н., доцент.
Гібкін Кирило – завідувач відділення харчових технологій та сфери обслуговування.
Золотухіна Олена – заступник директора з навчально-методичної роботи.
Кулінченко Сергій – голова ради студентського самоврядування коледжу.
Домбровська Світлана – в. о. проректора з наукової роботи Національного університету цивільного захисту України, д. держ. упр., професор, Заслужений працівник освіти України.
Барішевський Олексій – Голова Наглядової ради ТОВ «ХЛАДОПРОМ».
Ніколенко Борис – директор ТОВ «Торговий будинок ІМПЕРАТИВ», Imperatyv PL Sp. Z o.o, (Варшава, Польща).
Peter Szatmari – Dr., проректор з загальної роботи та зав'язків з громадськістю Milton Friedman University (Будапешт, Угорщина).
Rasa Subacienė – Dr., завідувач кафедри обліку та аудиту Вільнюського університету, професор (Вільнюс, Литва).
Чумак Оксана – завідувач кафедри економіки та бізнес-технологій Державного університету «Київський авіаційний інститут», д. е. н., професор.

Рекомендовано до оприлюднення Педагогічною радою ВСП «Харківський торговельно-економічний фаховий коледж ДТЕУ» (протокол № 9 від 26.03.2025 р.).

Збірник тез доповідей містить матеріали III Міжнародної науково-практичної конференції «Відновлення та модернізація економіки України: виклики, пріоритети, практики», в яких розглядається основні напрями створення умов для модернізації національної економіки, розробити підходи до формування політики модернізації економіки та пропозиції щодо механізму її реалізації.

Відповідальність за зміст і достовірність публікацій несуть автори наукових доповідей та повідомлень. Точки зору авторів публікацій можуть не співпадати з точкою зору редакційної ради збірника.

М 74 **Матеріали III Міжнародної науково-практичної конференції «Відновлення та модернізація економіки України: виклики, пріоритети, практики».** – Харків : ВСП «Харківський торговельно-економічний фаховий коледж ДТЕУ», 2025. – 226 с.

© ВСП «Харківський торговельно-економічний фаховий коледж ДТЕУ», 2025.

екологічної урбанізації; залучення державних організацій та місцевих ініціатив до ефективного моніторингу реалізації проектів сільського розвитку.

Важливо зазначити, що програми державної підтримки дорадництва та його фінансовезабезпечення сприяють адаптації сільськогосподарських підприємств до нових умов, що є важливим елементом стратегії ведення фермерського господарства в умовах воєнного часу. Розробка стратегії адресної та постійної підтримки фермерських господарств є основою продовольчої безпеки держави та забезпечення населення доступними та якісними продуктами харчування. Проте на сучасному етапі існує ще багато факторів, які стримують розвиток сільськогосподарської дорадчої діяльності. Для ефективного розвитку сільськогосподарських дорадчих служб та усунення причин, що обмежують сільськогосподарську дорадчу діяльність в Україні, необхідно побудувати дієвий організаційно-управлінський механізм дорадницької діяльності.

Список використаних джерел:

1. Лупенко Ю., Шпикуляк О., Малік М., Ксенофонтова К., Морозова А. Розвиток сімейних фермерських господарств в умовах воєнного часу та перспективи повоєнного відновлення України. *Аграрна економіка*. 2023. Т. 16. № 1-2. С. 9-22.
2. Понад 18 тис. нових компаній вже відкрили у 2024 році. URL: <https://opendatabot.ua/analytics/funny-companies-2024> (дата звернення 18.02.2025).
3. Гуменюк М.М., Неміш Д.В. Рабезпечення сталого розвитку малих фермерських господарств в умовах воєнного стану. *Вісник аграрної науки*. 2024, № 10 (859) . С.76-83.
4. Lopatynskiy Yu., Shpykuliak O., Kyfyak V. et al. Socio-economic role and institutional capacity of family farms in the implementation of the sustainable development goals. *Ekonomika APK*. 2023. №30(3). P. 18–28.

Красюк Р. М., здобувач освіти,

Мельничук М. О., к. е. н.,

ВСП «Харківський торговельно-економічний фаховий коледж ДТЕУ»

ОБЛІК ВИТРАТ ДІЯЛЬНОСТІ ТОРГОВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА

Ефективне управління витратами є ключовим фактором для забезпечення конкурентоспроможності та фінансової стабільності торговельного підприємства. В умовах зростаючої конкуренції підприємства потребують детального аналізу витрат для оптимізації процесів і зниження собівартості.

Актуальність обліку витрат зумовлена необхідністю створення прозорої системи управління фінансовими ресурсами, що дозволяє приймати обґрунтовані управлінські рішення.

Організація та методологія обліку витрат підприємств були розглянуті в численних наукових дослідженнях, авторами яких є провідні економісти, такі як Білуха М.Т., Голов С.Ф., Єфименко В.І., Ластовецький В.С., Лігоненко Л.О., Мазаракі А.А., Мних Є.В., Нападовська Л.В., Озеран В.О., Ткаченко Н.М., Ушакова Н.М., Шкарабан С.І., Шевчук В.О., Цал-Цалко Ю.С. та інші.

Для ефективної організації обліку витрат підприємств роздрібною торгівлі особливе значення мають їх сутність та класифікація. У наукових колах, як в Україні, так і за кордоном, немає єдиного підходу до визначення поняття витрат.

Відповідно до Положення (стандарту) бухгалтерського обліку 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності», витрати визначаються як «зменшення економічних вигод у вигляді вибуття активів або збільшення зобов'язань, що призводить до зменшення власного капіталу (за винятком зменшення капіталу через його вилучення або розподіл між власниками)» [1].

С. Ф. Голов та В. І. Єфименко розглядають витрати як зменшення активів або збільшення зобов'язань, що виникає в ході господарської діяльності для досягнення вигоди у майбутньому (неспожиті витрати) або для отримання доходів у поточному звітному періоді (спожиті витрати) [2]. Це трактування загалом відповідає визначенню, наведеному у нормативних документах.

Н. М. Ткаченко визначає витрати як засоби виробництва, спожиті в процесі виробничої діяльності, які втілюють у собі минулу працю (сировину, матеріали, амортизацію основних засобів, працю працівників, зайнятих у виробничому процесі, з відповідними нарахуваннями та інші витрати) [3]. Однак, на нашу думку, таке визначення є дещо неповним, оскільки, окрім спожитих витрат, у діяльності підприємств можуть виникати понаднормові витрати, втрати через нестачі, стихійні лиха тощо.

А. А. Мазаракі та співавтори відзначають, що витрати торговельних підприємств можна розглядати за двома основними аспектами: як затрати живої і уречевленої праці на здійснення господарської діяльності, а також як спожиту частину ресурсів за натурально-речовим складом [4].

Ю. С. Цал-Цалко надає подвійне визначення витрат:

- по-перше, як витрати підприємства загалом, що відображають зменшення активів або капіталу (збиток).

- по-друге, як витрати структурного підрозділу, які є вартістю ресурсів, використаних у технологічному процесі, що формує виробничу собівартість продукції цього підрозділу [5].

Аналізуючи підходи вчених-економістів, можна зазначити, що, хоча їхні трактування витрат дещо різняться, усі вони погоджуються, що витрати є спожитими ресурсами, понесеними у процесі діяльності. На нашу думку, витрати підприємств роздрібної торгівлі слід розглядати як зменшення ресурсів або збільшення зобов'язань, що відбувається у процесі діяльності з метою отримання доходу та зростання капіталу.

В економічній літературі існують також різноманітні підходи до класифікації витрат. Наприклад, В. Ф. Палій пропонує шість класифікаційних груп: за впливом обсягу виробництва, за способом віднесення на собівартість, за періодичністю, за віднесенням до виробничого процесу, за терміном розрахунку, за терміном агрегування [6].

М. Т. Білуха класифікує витрати за трьома ознаками: технологічне призначення, спосіб віднесення на собівартість, принцип зв'язку з технологічним процесом [7].

С. Ф. Голов для цілей управлінського обліку пропонує підхід "різні витрати для різних цілей", який передбачає класифікацію витрат за: оцінкою та визначенням фінансового результату, рівнем прийняття управлінських рішень, можливістю контролю [2].

Ю. С. Цал-Цалко пропонує найбільш детальну класифікацію за вісьмома ознаками: за центрами відповідальності, за однорідністю витрат, за видами витрат, за способом перенесення на вартість продукції, за ступенем впливу виробництва на рівень витрат, за календарними періодами, за доцільністю витрат, за визначенням відношення до собівартості продукції [5].

Таким чином, підходи до класифікації витрат є різноманітними. Ми підтримуємо точку зору С. Ф. Голова щодо класифікації витрат залежно від мети обліку. Також вважаємо доцільною пропозицію Ю. С. Цал-Цалко про введення класифікації витрат за центрами відповідальності, що є особливо важливим в умовах розвитку управлінського обліку.

Класифікація витрат торговельних підприємств менш широко висвітлена в економічній літературі. У «Методичних рекомендаціях з формування складу витрат та порядку їх планування в торговельній діяльності», затверджених наказом Міністерства економіки України від 22.05.2002 № 145, пропонується класифікація за дев'ятьма ознаками: за видами

діяльності, за економічними елементами, за статтями витрат, за ступенем реагування на зміну обсягів діяльності, за періодами, за центрами відповідальності, за ступенем однорідності, за можливістю контролю у структурних підрозділах, принципами організації управління.

Методичні рекомендації пропонують групувати витрати за статтями, проте цей підхід не завжди здатний задовольнити різноманітні потреби управління, які залежать від специфіки господарської діяльності підприємств роздрібною торгівлі. Для внутрішнього управління кожне підприємство має самостійно розробляти номенклатуру статей витрат, яка відповідатиме його потребам. Індивідуальний підхід до формування номенклатури, спрямований на створення внутрішньої інформаційної бази, сприятиме підвищенню ефективності роботи підприємства [9].

На нашу думку, найбільш адаптованою до практичної діяльності торговельних підприємств є класифікація витрат, запропонована А. А. Мазаракі та його співавторами, яка охоплює 15 ознак: за економічним характером, за метою обліку і планування, за підгалуззями (ланками) торгівлі, за торговельно-технологічними операціями, за окремими видами діяльності, за об'єктами калькулювання, за характером віднесення витрат на об'єкти калькуляції, залежно від виду ресурсів, споживання яких спричиняє витрати, за ступенем однорідності, залежно від часу отримання результатів від витрат, залежно від порядку віднесення витрат на витрати обігу конкретного підрозділу, за ступенем доцільності й економічної віддачі, для обґрунтованого контролю, залежно від методу оцінки витрат, залежно від ступеня реагування на зміну обсягів товарообігу [4].

Ця класифікація є найдетальнішою і найбільш адаптованою до специфіки торговельних підприємств. Проте, на наш погляд, об'єднання класифікаційної ознаки за підгалуззями з ланками торгівлі є недоцільним.

У Плані рахунків бухгалтерського обліку передбачено використання 8-го класу рахунків для накопичення інформації за економічними елементами витрат і 9-го класу рахунків для обліку витрат за видами діяльності, такими як собівартість реалізації, загальновиробничі витрати, адміністративні витрати, витрати на збут, витрати фінансової та інвестиційної діяльності, а також втрати від надзвичайних подій. Однак, як зазначає В. Хліпальська, ця класифікація не враховує специфіки торгівлі та не забезпечує можливості накопичення витрат, пов'язаних із придбанням, зберіганням і передпродажною підготовкою товарів, що ускладнює розрахунок взаємозв'язку між витратами, обсягом продажів і прибутком [10].

Українські економісти зазвичай орієнтуються на потреби обліку, планування і звітності, а також на інтереси зовнішніх користувачів. Узагальнюючи різні підходи до класифікації витрат, ми вважаємо, що слід враховувати всі доступні джерела, оскільки вони не суперечать, а доповнюють один одного.

Хоча існуюча класифікація витрат у цілому задовольняє потреби внутрішніх і зовнішніх користувачів, ми пропонуємо кілька уточнень. Зокрема, відсутня класифікація витрат за функціями основної діяльності, такими як: виробництво (торгівля, надання послуг), управління, збут.

Ця класифікаційна ознака дозволить накопичувати інформацію з урахуванням функцій підприємства. Для підприємств роздрібною торгівлі системи споживчої кооперації ми також пропонуємо введення класифікації за ланками, які відображають організаційну структуру, а саме: споживчі товариства, підприємства та організації споживспілки, госпрозрахункові відособлені підрозділи.

Ця класифікація витрат є важливою для забезпечення внутрішньовідомчої звітності. Проте кожне підприємство повинно розробляти свою систему групування витрат, орієнтуючись на специфіку своєї діяльності, що сприятиме ефективнішому управлінню.

Підсумовуючи, можна зазначити, що комплексна класифікація витрат, яка враховує різні аспекти діяльності підприємства, сприяє оптимізації процесів обліку та управління витратами.

Список використаних джерел:

1. Верига Ю.А. Бухгалтерський облік: нормативно-правові документи. Коментар: навч. пос. (для студ. вищ. навч. зал.) / Ю.А. Верига, Г.І. Зима К.: Центр учбової літератури, 2009. 656 с.
2. Голов С.Ф., Єфименко В.І. Фінансовий та управлінський облік. К.: ТОВ «Автоінтерсервік», 1996. 544 с.
3. Ткаченко Н.М. Бухгалтерський облік, оподаткування і звітність: Підручник. / Н. М. Ткаченко. К.: Алерта, 2006, 1080 с.
4. Мазаракі А.А. Економіка торговельного підприємства: підручник / А.А. Мазаракі, Н.М.Ушакова; за ред. Н.М. Ушакова. / К.: Хрещатик, 1999. 800 с.
5. Цал-Цалко Ю.С. Витрати підприємства: навч. Посіб. / Ю.С. Цал-Цалко. – К.: Центр навчальної літератури, 2002, 656 с.
6. Палій В.Ф. Організація управлінського обліку / В.Ф.Палій, М.: Бератор-Пресс, 2003. 224 с.
7. Білуха М.Т. Теорія бухгалтерського обліку: підручник, / М.Т. Білуха – К.: Київський державний торгово- економічний університет, 2000. 692 с.
8. Методичні рекомендації з формування складу витрат та порядку їх планування в торговельній діяльності: Затв. 22.05.2002 р. № 145 // ВІСТІ. Діловий випуск. 2/8/2002. С. 11-20.
9. Верига Ю.А. Особливості фінансового обліку витрат в торговельних підприємствах споживчої кооперації / Ю.А. Верига., Н.В. Фірсова // фінанси, облік і аудит: зб. наук. праць / відп. ред. В.Г. Лінник. К.: КНЕУ. 2006. С. 105-112.
10. В. Хліпальська. Вплив витрат на придбання та зберігання запасів на взаємозв'язок „витрати-продаж-прибуток”/ В. Хліпальська // Бухгалтерський облік і аудит. 2004. №12. С. 37-43.

Міт'яєва Т. Л., к. е. н., доцент,

Болотова Т. М., к. е. н., доцент,

ВСП «Харківський торговельно-економічний фаховий коледж ДТЕУ»

МАРКЕТИНГОВІ ІННОВАЦІЇ ДЛЯ ПІДТРИМКИ ЕКОНОМІЧНОГО ВІДНОВЛЕННЯ УКРАЇНИ

В умовах глобальних економічних викликів, які спричинені війною в Україні, відновлення економіки країни вимагає нових підходів до управління. Одним із ключових факторів, що можуть сприяти цьому процесу, є впровадження маркетингових інновацій. Сучасні технології відкривають нові можливості для бізнесу в Україні, зокрема, залучення споживачів та зміцнення конкурентоспроможності на ринку.

Маркетингові інновації складаються з нових методів, стратегій та технологій, які можуть змінити спосіб взаємодії з клієнтами. У сучасному світі вони є невід'ємною частиною бізнес-процесів, особливо в періоди економічної кризи. Основні аспекти важливості маркетингових інновацій:

- адаптація до зміни потреб споживачів. Після кожної кризи відбуваються зміни у споживчій поведінці, тому важливо мати можливість швидко реагувати на ці зміни. Маркетингові дослідження та аналіз даних допомагають виявити нові потреби покупців;

- покращення комунікацій. Використовуючи нові засоби комунікації, такі як соціальні мережі та онлайн-платформи, компанії можуть активно взаємодіяти з клієнтами, отримуючи зворотній зв'язок і створюючи спільноти навколо брендів;

Конопля К. А.	156
ДЖЕРЕЛА ФОРМУВАННЯ ТА ЕФЕКТИВНІСТЬ ВИКОРИСТАННЯ ФІНАНСОВИХ РЕСУРСІВ ПІДПРИЄМСТВА	156
Котковський Р. В.	158
РЕІНТЕГРАЦІЯ ПОСТТРАЖДАЛИХ РЕГІОНІВ У ЗАГАЛЬНОНАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ ПРОСТІР.....	158
Курилова Н. М.	160
ВПЛИВ ОРГАНІЗАЦІЙНОЇ КУЛЬТУРИ НА ЕКОНОМІЧНУ ЕФЕКТИВНІСТЬ КОМПАНІЙ	160
Малік Л. М.	163
ВПЛИВ ДОРАДНИЦТВА НА РОЗВИТОК МАЛОГО ФЕРМЕРСТВА В ПЕРІОД ПОВОЄННОГО ВІДНОВЛЕННЯ УКРАЇНИ	163
Красюк Р. М., Мельничук М. О.	165
ОБЛІК ВИТРАТ ДІЯЛЬНОСТІ ТОРГОВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА	165
Міт'яєва Т. Л., Болотова Т. М.	168
МАРКЕТИНГОВІ ІННОВАЦІЇ ДЛЯ ПІДТРИМКИ ЕКОНОМІЧНОГО ВІДНОВЛЕННЯ УКРАЇНИ	168
Петріщев В. О., Мельничук М. О.	170
ОСОБЛИВОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ ОБЛІКУ ТА КОНТРОЛЬ ЗА ФІНАНСОВО- ГОСПОДАРСЬКОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ БУДІВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ.....	170
Мосейко І. В., Мельничук М. О.	174
ОБЛІК І КАЛЬКУЛЯЦІЯ ВИТРАТ У СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВАХ	174
Науменко О. О., Лісниченко М. О.	177
РОЗВИТОК ЦИФРОВИХ НАВИЧОК НАСЕЛЕННЯ ЯК ЗАПОРУКА МОДЕРНІЗАЦІЇ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ.....	177
Плюшко Р. І.	181
ВПЛИВ ЗОВНІШНІХ ФАКТОРІВ НА СТРАТЕГІЇ ЗАКЛАДІВ ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я.....	181
Радіонов В. С.	184
ДО ПИТАННЯ ПРО ІНТЕГРОВАНУ МОДЕЛЬ УПРАВЛІННЯ ВІДХОДАМИ	184
Рудик І. М., Рудик В. С.	187
УКРАЇНА 2.0: НОВІ УПРАВЛІНСЬКІ СТРАТЕГІЇ ДЛЯ ЕКОНОМІЧНОГО ПРОРИВУ.....	187