

1. Вітлінський В. В., Матвійчук А. В. Зміна парадигми в сучасній теорії економіко-математичного моделювання // *Економіка України*. – 2010. – № 11. – С. 35-43. 2. Татаринцева А. С. Формування стратегії партнерських відносин як інноваційного напрямку вдосконалення підприємницької діяльності в умовах ринкової економік // *Прометей : регіон. зб. наук. праць з економіки / Інститут економіко-правових досліджень НАН України*. – Донецьк, 2009. – Вип. 2 (23). – С. 125–129.

Н.В. Шуляр, Р.В. Шуляр

Національний університет “Львівська політехніка”

ВІДОБРАЖЕННЯ РИЗИКІВ У ФІНАНСОВІЙ ЗВІТНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

© Шуляр Н.В., Шуляр Р.В., 2011

Характеризуючи вимоги до підприємств щодо подання ними звітів про ризики власної діяльності для потреб акціонерів, споживачів, партнерів, держави тощо слід відзначити три напрямки (сфери) регулювання цього питання з боку законодавства. Перший напрямок – це банки. Сьогодні існує близько 20 законодавчо-нормативних актів, які висувають вимоги до звітності банків і висвітлення їх ризиків. Другий напрямок – це оператори фондового ринку. Регулюється подання звітності торговцями цінних паперів, яка повинна містити відзначення ризиків портфельних інвестицій. Третій напрямок – це підприємства. За цим напрямком на сьогодні практично відсутні нормативні документи, які б зобов'язували підприємства у фінансовій звітності чи власній діяльності враховувати, висвітлювати чи аналізувати ризики діяльності. Таке висвітлення покладено на бажання та волю власників та менеджменту підприємств.

Як відомо, вимоги до складання та подання фінансової звітності регулюють Положення (стандарт) бухгалтерського обліку. Зокрема у Положенні №1 "Загальні вимоги до фінансової звітності" передбачено розкривати додаткову інформацію про підприємство. У примітках до фінансових звітів за цим положенням слід розкривати: 1. Облікову політику підприємства. 2. Інформацію, яка не наведена безпосередньо у фінансових звітах, але є обов'язковою за відповідними положеннями (стандартами). 3. Інформацію, що містить додатковий аналіз статей звітності, потрібний для забезпечення її зрозумілості та доречності. Стосовно ризиків підприємства, які враховуються при складанні фінансової звітності, то слід назвати низку вимог Національних стандартів (положень) бухгалтерського обліку та фінансової звітності. Зокрема:

1. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 4 "Звіт про рух грошових коштів" регламентує врахування ризику при визначенні грошових коштів (еквіваленти грошових коштів - короткострокові високоліквідні фінансові інвестиції, які вільно конвертуються у певні суми грошових коштів і які характеризуються незначним ризиком зміни вартості).

2. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 15 "Дохід" регламентує врахування ризику при визначенні доходу (дохід (виручка) від реалізації продукції (товарів, інших активів) визнається в разі наявності такої умови: покупцеві передані ризики й вигоди, пов'язані з правом власності на продукцію (товар, інший актив)).

3. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 28 "Зменшення корисності активів" регламентує врахування ризику при визначенні ставки дисконту (ставка дисконту базується на ринковій ставці відсотка (до вирахування податку), що використовується в операціях з аналогічними активами. За відсутності ринкової ставки відсотка ставка дисконту базується на ставці відсотка на можливі позики підприємства або розраховується за методом середньозваженої вартості капіталу підприємства. При визначенні ставки дисконту враховуються ризики, крім ризиків, що були враховані при визначенні майбутніх грошових потоків).

4. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 29 "Фінансова звітність за сегментами" регламентує врахування ризику при визначенні географічного та господарського сегментів (при визначенні сегментів враховуються ризики, які обумовлені особливостями ринку збуту продукції (товарів, робіт, послуг) у даному регіоні, валютні ризики, які виникають при провадженні діяльності в двох або більше країнах. Залежно від сутності ризиків та організаційної структури підприємства географічні сегменти поділяються на два види: 1. Географічний виробничий сегмент виділяється за місцем розташування виробництва продукції (робіт, послуг) підприємства. 2. Географічний збутовий сегмент виділяється за місцем розташування основних ринків збуту та покупців продукції (товарів, робіт, послуг) підприємства).

Р.В. Шуляр, Н.В. Шуляр, Е.О. Кагуй
Національний університет "Львівська політехніка"

ОСОБЛИВОСТІ ФАКТОРІВ ЯКОСТІ ПРОДУКЦІЇ

© Шуляр Р.В., Шуляр Н.В., Кагуй Е.О., 2011

Серед значної кількості факторів, які впливають на якість продукції, найчастіше виділяють чотири їх основні групи: технічні, організаційні, економічні і суб'єктивні. До технічних факторів належать: технологічні та технічні документи, конструкція, технологія виготовлення, засоби технічного обслуговування і ремонту, технічний рівень бази проектування, виготовлення, експлуатації продукції тощо. До організаційних факторів найчастіше відносять: поділ праці і спеціалізація, організування виробничих процесів, ритмічність виробництва, форми і методи контролювання, порядок пред'явлення і здачі продукції, форми і способи транспортування, зберігання, експлуатації та споживання, технічного обслуговування тощо. Зв'язок між спроектованою і виготовленою продукцією у результаті поганої організації виробництва може бути слабкий, і як результат експлуатації і ремонту виявляє її низьку якість. До економічних факторів слід віднести: ціну продукції на ринку, собівартість, форми і системи оплати праці, рівень зарплати, рівень витрат на технічне обслуговування і ремонт, зростання продуктивності праці тощо. Економічні чинники набувають контрольної-аналітичних (дають змогу виміряти затрати праці, засоби, матеріали на досягнення і забезпечення певного рівня якості виробів) і стимулюючих властивостей (підвищують рівень якості через ціну і заробітну плату у структурі витрат тощо). До суб'єктивних чинників слід віднести характеристики людини. У забезпеченні якості продукції значну роль відіграє персонал (професійна підготовка, фізіологічні та емоційні особливості тощо). Наскільки важливі суб'єктивні чинники, свідчить поширена серед виробників думка про економічну вигідність поліпшення якості. Якість розглядається при цьому як соціально бажана мета, але її вплив на підвищення рентабельності вважається мінімальним. Якщо розглядати якість як "найбільш бажану мету", то визначити її вплив на підвищення рентабельності підприємства досить важко. У теорії та практиці розглядають три основні перешкоди для точного оцінювання такого зв'язку. Перша перешкода – це переконання в тому, що "більш висока якість коштує дорожче". Однак механізми забезпечення якості і процеси виробництва показали, що висока якість не завжди підвищує собівартість. Фінансування наукових досліджень і дослідні розробки можуть помітно підвищити якість, а вдосконалення на основі них виробничих процесів може привести до зниження собівартості. У автомобілебудівній галузі потокомасове виробництво, укрупнення вузлів-складових готової продукції, удосконалення матеріалів для виробництва комплектуючих призводять до покращення якості та зниження собівартості продукції. Друга перешкода – дотримання культури та якості праці. Виробники найчастіше в Україні, як свідчить практика, часто пояснюють низьку якість своїх виробів низькою культурою праці. Аналіз літератури з цього питання показує, що працівники можуть нести відповідальність тільки тоді, коли керівництво