

3. Польовський А.М. Застосування розрахункової моделі часткової рівноваги попиту і пропозиції лісової продукції для аналізу лісової політики України / А.М. Польовський // Регіональна економіка : наук.-практ. журнал. – 2008. – № 3. – С. 57-64.

4. Польовський А.М. Огляд методів оцінки лісу на пні в зарубіжних країнах / А.М. Польовський // Науковий вісник УкрДЛТУ : зб. наук.-техн. праць. – Львів : Вид-во УкрДЛТУ. – 2000. – Вип. 10.2. – С. 213-217.

5. A National Review of State Timber Sale Programs and An Analysis of Factors Influencing Minnesota State Stumpage Prices / M. Kilgore, R. Brown, C. Blinn et al. // A Report to the Minnesota Forest Resource Council. – University of Minnesota, 2010. – 152 p.

6. Fraser A.I. Making forest policy work / A.I. Fraser. – Kluwer Academic Publishers, 2002. – 280 p.

Польовський А.М. Анализ опыта США по продажам древесины из государственных лесов

Исследованы аукционные торги лесной продукцией как инструмент лесной политики. Проанализирован опыт проведения аукционов по продаже леса на корню в США и определения стартовых цен на древесину. Представлены рекомендации по усовершенствованию аукционных торгов лесной продукцией в Украине.

Ключевые слова: лесное хозяйство, лесная политика, лес на корню, аукционы, государственные леса.

Polovsky A.M. An analysis of the US experience in stumpage sales from State Forests

Auction sales as an instrument of forest policy are examined. The U.S. experience of stumpage auction sales and reserve prices determination are analyzed. Recommendations for improving timber auction sales in Ukraine are developed.

Keywords: forest management, forest policy, stumpage, auctions, state forests.

УДК 658.5:33+061.5

Аспір. В.В. Серветник-Царій¹ – Львівська КА

ДОСЛІДЖЕННЯ СУТНОСТІ ЕКОНОМІЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ТОРГОВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА

Досліджено підходи до трактування сутності економічного потенціалу загалом і на основі цього – торговельного підприємства. Розгляд сутності поняття "економічний потенціал торговельного підприємства" проведено стосовно розгляду його структурного формування в історичному аспекті. Результати дослідження є основою для формування теоретичних засад та практичних напрямів управління економічним потенціалом торговельного підприємства.

Ключові слова: потенціал, економічний потенціал, торговельне підприємство.

Вступ. Торгівля – сфера національної економіки, яка найбільш чутливо реагує на кризовий стан у країні, з одного боку, та найбільш повно і швидко відображає прояви такої ситуації – з іншого. Після фінансової кризи 2008 р. та в очікуванні другої хвилі кризи, торгівля має шанси перемагати в конкурентній боротьбі та розвиватись лише за умови максимально можливого ефективного використання свого потенціалу.

Невідкладним завданням економістів торговельних підприємств є управління ефективним використанням існуючого потенціалу та виявлення потенційних можливостей забезпечення конкурентоспроможності та ефективнос-

ті на перспективу. Відтак, економічний потенціал торговельного підприємства виступає предметом невідкладного як управління, так і дослідження.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Поняття потенціалу загалом та економічного зокрема в діяльності підприємств, як його складова, основа функціонування, почали в наукових дослідженнях та прикладних заходах використовувати відносно недавно. Зокрема економічний потенціал підприємств досліджували такі вчені, як: Л.І. Абалкін, В.М. Авдєєнко, Р.А. Білоусов, О.М. Волкова, Е.П. Горбунов, П.А. Ігнатівський, Ф.І. Євдокімов, Г.Б. Клейнер, В.В. Ковальов, Н.С. Краснокутська, О.В. Мізіна, І.І. Лукінов, Р.В. Марушков, Б.М. Мочалов, С.В. Мочерний, О.І. Олексюк, І.М. Рєпіна та ін.

Разом з тим, відсутність єдиного підходу до трактування сутності та складу економічного потенціалу підприємства зумовлюють необхідність наукового пошуку названої проблематики. Особливо актуально ця проблема постає стосовно дослідження економічного потенціалу торговельного підприємства з врахуванням специфічних функцій торгівлі та особливостей господарювання торговельних підприємств.

Постановка завдання. Метою роботи є дослідження сутності "економічного потенціалу торговельного підприємства" як основи для формування теоретичних засад та практичних напрямів управління економічним потенціалом торговельного підприємства.

Виклад основного матеріалу. Розгляд сутності поняття "економічний потенціал торговельного підприємства" доцільно, на нашу думку, проводити згідно з розглядом його структурного формування в історичному аспекті. Ключовим словом у досліджуваному терміні є поняття потенціалу. Дослідження етимології поняття "потенціал" дає змогу виявити, що термін походить від латинського "potentia" і в перекладі означає "сила, міць" [1]. Вікіпедія трактує поняття потенціалу як "можливості, наявні сили, запаси, засоби, що можуть бути використані" [2]. Невідкладне застосування терміна "потенціал" – природничі науки.

В економіці термін "потенціал" вперше з'являється в 1924 р. в контексті з виробничими силами. "Потенціал виробничих сил", який запропонував К.Г. Воблій, розглядає потенційну можливість країни виробляти матеріальні блага для задоволення потреб населення [3]. Таким чином, термін "потенціал" використовувався на макрорівні, охоплюючи економіку країни та її можливості.

На думку окремих дослідників [3, 4] на мікрорівень, тобто стосовно підприємства, поняття "потенціалу" запровадив Л.І. Абалкін. Так, у 1981 р. вчений під цим поняттям розглядав узагальнену збірну характеристику ресурсів, прив'язану до місця і часу. У 1983 р. В.М. Архангельський трактував "потенціал підприємства" як сукупність засобів, запасів, джерел, які є і можуть бути мобілізованими для досягнення певної мети або розв'язання певної задачі [4]. Надалі ресурсну концепцію трактування сутності "потенціалу" підтримує у своїх дослідженнях і І.М. Рєпіна (1998 р.), яка розглядає підприємницький потенціал як сукупність ресурсів (трудова, матеріальна, техніч-

¹ Наук. керівник: доц. Б.М. Шевчик, канд. екон. наук – Львівська КА

них, фінансових, інноваційних й ін.), навичок і можливостей керівників, спеціалістів та інших категорій персоналу щодо виробництва товарів, здійснення послуг (робіт), отримання максимального доходу (прибутку) і забезпечення сталого функціонування і розвитку підприємства [3].

Розглянувши еволюцію трактування терміна "потенціал", можна згрупувати визначення терміна потенціал у такі підходи:

1. Ресурсний підхід. Його дотримувалися такі вчені, як: В.С. Немчинов, О.І. Анчишкін, Л.І. Абалкін, В.М. Архангельський. Вадою трактування потенціалу підприємства цими вченими є те, що вони розглядали потенціал підприємства як наявність ресурсної складової та потенційної можливості її використання, а не як взаємопов'язану сукупність ресурсів та можливостей підприємства, яка визначає перспективи його діяльності.
2. Результативний підхід. Прихильниками цього підходу були такі вчені, як: В.О. Мец, М.Г. Чумаченко. Вадою цього трактування є те, що термін "потенціал підприємства" підміняється термінами виробничого, майнового, фінансового потенціалу підприємства.
3. Виробничий підхід. Його дотримувалися вчені економісти К.Г. Воблий, В. Вейц, С.В. Лапін. Вада проявляється в ототожненні терміна виробничого та економічного потенціалів, і на основі цього аналіз економічного потенціалу проводять, аналізуючи виробничу діяльність підприємства.
4. Управлінський підхід. Його дотримується С.Г. Струmilін. Вадою є те, що основним фактором, від якого залежить вся господарська діяльність, є людські ресурси. При цьому не розглядаються всі інші ресурси підприємства.

Становлення та розвиток трактувань та поглядів щодо потенціалу в економіці країни, регіону, підприємства, зумовили необхідність виокремлення "економічного потенціалу". Зокрема в публікаціях Ю. Личкіна, Б. Плишевського, А. Тодосійчука економічний потенціал розглядається як сукупність наявних ресурсів підприємства чи іншої економічної системи, що функціонує з метою оптимального використання цих ресурсів та отримання певного ресурсу. Отже, невідкладним для формування визначення економічного потенціалу підприємства виступає насамперед ресурсний підхід, відповідно до якого економічні ресурси є не лише джерелом формування потенціалу, а його основою, сутністю.

Розгляд економічного потенціалу торговельного підприємства доцільно провести в поєднанні існуючих поглядів щодо економічного потенціалу підприємства, адаптованих до торговельного підприємства стосовно виконуваних ним функцій. Торгівля, як сфера національної економіки, володіючи для здійснення своєї діяльності розгалуженою мережею оптових і роздрібних підприємств, виконує такі функції: 1) доведення товарів до споживачів; 2) продовження процесу виробництва у сфері товарного обігу (сортування, комплектування, пакування); 3) зміна форм вартості з товарної на грошову; 4) надання торговельних послуг населенню в процесі реалізації товарів [5].

Відтак, щодо ресурсного підходу, особливість економічного потенціалу торговельного підприємства буде полягати в особливості формування ресурсів, які необхідні для виконання функцій торгівлі. Разом з тим, такий під-

хід має вади, зумовлені орієнтацією потенціалу лише на ресурси підприємства, і не передбачає можливостей торговельного підприємства щодо виконання функцій, отримання результатів тощо. Тобто потрібен комплексний підхід до формування уявлення про економічний потенціал торговельного підприємства.

Найбільш повно, на нашу думку, потенціал розглядає О.О. Ільчук, яка вважає, що "економічний потенціал торговельного підприємства – це складна, динамічна, ієрархічна поліструктурна система взаємопов'язаних компонент, які беруть безпосередню участь в операційній діяльності торговельного підприємства та створюють умови для реалізації різних бізнес-процесів, націлених на отримання фінансово-економічних результатів торговельної діяльності підприємства та задоволення індивідуального попиту споживачів". Таким чином, економічний потенціал торговельного підприємства розглядають відповідно до системного підходу, який найбільш повно і точно характеризує об'єкт дослідження, як сукупність елементів однієї системи, які включають і підсистему забезпечення (ресурси), і підсистему функціонування (виконання функцій, досягнення результатів). Повніше сутність економічного механізму торговельного підприємства можна охарактеризувати лише під час розглядів його структури, що є предметом наступних досліджень.

Висновки. На основі розгляду походження терміна "економічний потенціал торговельного підприємства" стосовно його структурного формування в історичному аспекті, проведено узагальнення поглядів щодо досліджуваного явища. Визначено напрями подальших досліджень в управлінні економічним потенціалом торговельного підприємства з метою забезпечення його конкурентоспроможності та розвитку.

Література

1. Новий тлумачний словник української мови [42 000 слів]. – У 4-их т. / В. Яременко (уклад.), О. Сліпушко (уклад.). – К.: Вид-во "Аконіт", 1998. – Т. 3. – 910 с.
2. Вікіпедія – вільна енциклопедія. [Електронний ресурс]. – Доступний з <http://www.uk.wikipedia.org/wiki/Потенціал>.
3. Федонін О.С. Потенціал підприємства: формування та оцінка: навч. посіб. / О.С. Федонін, І.М. Репіна, О.І. Олексюк. – Вид. 2-ге, [перероб. та доп.]. – К.: Вид-во КНЕУ, 2006. – 316 с.
4. Мізюк Б.М. Економічний потенціал торговельного підприємства: структура, оптимізація, стратегічне управління / Б.М. Мізюк, О.О. Ільчук, С.Т. Дуда. – Львів: Вид-во Львівської КА, 2011. – 260 с.
5. Мазаракі А.А. Економіка торговельного підприємства / А.А. Мазаракі, Л.О. Лігоненко, Н.М. Ушакова. – К.: Вид-во КНТЕУ, 2001. – 800 с.

Серветник-Царий В.В. Исследование сущности экономического потенциала торгового предприятия

Изучены подходы к трактовке сущности экономического потенциала вообще и на основании этого – торгового предприятия. Рассмотрение сущности понятия "экономический потенциал торгового предприятия" проведено с точки зрения рассмотрения его структурного формирования в историческом аспекте. Результаты исследования являются основанием для формирования теоретических основ и практических направлений управления экономическим потенциалом предприятия.

Ключевые слова: потенциал, экономический потенциал, торговое предприятие.

Servetnyk-Tsary V.V. Research of the essence of economic potential of commercial enterprise

Learn approaches to interpreting the essence economic potential as whole and building on this basis – commercial enterprise. Consideration of the nature of the concept of "economic potential commercial enterprise" conducted in terms of the review of its structural formation in historical perspective. Results of this study are the basis for the theoretical foundations and practical areas of economic potential management company.

Keywords: potential, economic potential, commercial establishment.

УДК 657:471

Аспір. Т.М. Бойчук¹ – НУ "Львівська політехніка"

"ВИТРАТИ ПЕРІОДУ" – ЕКОНОМІЧНА КАТЕГОРІЯ ТА ОБ'ЄКТ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ

Розглянуто та охарактеризовано нормативно-правову та економічну літературу, на основі чого подано систематизований огляд теоретичних досліджень поняття "витрати періоду". Наведено класифікацію витрат періоду за різними ознаками для цілей бухгалтерського обліку та управління. З метою раціональної побудови обліку та організації ефективної системи управління витратами періоду, запропоновано авторську інтерпретацію визначення цієї категорії.

Ключові слова: виробнича собівартість, собівартість реалізації, повна собівартість, витрати періоду, фінансові результати.

Постановка проблеми. В умовах ринкової економіки стало очевидним, що для пошуку нових резервів, збільшення прибутку та підвищення рентабельності підприємства недостатньо вдаватися до коригування собівартості продукції (товарів, робіт чи послуг). Значно більшого результату можна досягнути з допомогою управління витратами, що не мають прямого відношення до вартості новоствореного продукту. Як показали дослідження нормативно-правових та літературних джерел у сфері економіки, управління та бухгалтерського обліку, ці витрати мають назву накладних, непрямих, постійних, невиробничих, трансакційних, звичайних. У більшості випадків йдеться про одні й ті самі витрати. Відмінність їх лише в тому – з якою метою використовується той чи інший термін. Проте є одна спільна особливість цих витрат – це період, у якому вони повинні бути відображені спочатку на рахунках бухгалтерського обліку, а згодом – у фінансовій звітності, що, своєю чергою, є основним обліково-аналітичним інформаційним джерелом управління підприємством.

Різноманіття та неоднозначність поняття "витрати періоду", їх складу та класифікації в нормативно-правових документах та економічній літературі ускладнюють процес управління ними на практиці, що і зумовлює актуальність проведення дослідження.

Мета дослідження. Дослідити зміст поняття "витрати періоду" як економічної категорії, визначити їх склад та на основі окремих класифікаційних ознак виокремити як окремий об'єкт обліку, що має прямий вплив на визначення фінансових результатів діяльності підприємства.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Питання обліку витрат, їх контролю та управління не втрачає актуальності, підтвердженням чого є значна кількість наукових праць вітчизняних та зарубіжних фахівців з цієї тематики, зокрема варто відзначити таких відомих вчених, як: Ф.Ф. Бутинець, Б.І. Валуєв, І.Є. Давидович, М.Г. Грещак, С.Ф. Голов, В.М. Гордієнко, О.Є. Кузьмін, О.Г. Мельник, В.О. Озеран, Г.О. Партин, І.Б. Садовська, І. Чалий, М.Б. Чумаченко та ін. Науковці здійснили вагомий внесок для вирішення питань із цієї проблематики. Разом із тим, недостатньо уваги приділено вивченню сутності, складу та класифікації витрат періоду як одного з важливих елементів у визначенні фінансових результатів підприємства.

Виклад основного матеріалу дослідження. Серед основних показників, які є визначальними орієнтирами на майбутнє для будь-якого підприємства є їх витрати. Кризові умови зумовлюють необхідність зменшення витрат підприємств, особливо тих, які не є виробничими та невідкладними. Причина зрозуміла, адже під час визначення собівартості продукції (товарів, робіт чи послуг) необхідно відокремлювати витрати, які формують її склад та ті, що були здійснені у поточному періоді, проте прямо пов'язати їх із виробництвом неможливо – це витрати періоду. Варто зауважити, що на сьогодні саме величина витрат періоду має тенденцію до невинновданого зростання у структурі витрат підприємства. Підтвердженням цього є результати опитування відомої аудиторської компанії "Ernst and Young", проведених у 2009 та 2011 рр., в яких акцентується увага на необхідності скорочення витрат на адміністративні цілі, орендні відносини, збут готової продукції (товарів, робіт чи послуг).

На тепер переважна більшість підприємств не здійснює управління витратами періоду. Причиною цього є те, що в організації обліку, контролю і, відповідно, управлінні такому важливому об'єкту як "витрати періоду", не приділяють належної уваги. Отже, на наш погляд, виникає потреба у розкритті сутності та складу витрат періоду як економічної категорії та об'єкта обліку. Це передусім дасть змогу дасть змогу зрозуміти природу цих витрат, дослідити чинники, що впливають на їх поведінку і на основі даних бухгалтерського обліку здійснювати належний контроль та управління ними.

Відзначимо, що в економічному лексиконі та законодавчо-нормативній базі термін "витрати" трапляється досить часто, надаючи цій економічній категорії різного формулювання та складу. Вчені, зокрема О.М. Збирикан, пропонують розглядати сутність витрат у два підходи: перший базується на розумінні витрат як економічної категорії, другий передбачає розуміння витрат стосовно потреб бухгалтерського обліку [1, с. 177-182]. Ми погоджуємося із такою ідеєю, тому розглянемо витрати періоду і як економічну категорію, і як об'єкт бухгалтерського обліку.

В економіці витрати розглядають неподільно – як один елемент, а це і собівартість виготовленої продукції, і витрати на утримання управлінського персоналу, і збутові витрати, й інші, що виникають у процесі фінансово-господарської діяльності підприємства. Це логічно та зрозуміло, адже метою здійснення усіх витрат підприємства є отримання прибутку, тому і розглядати їх потрібно як одне ціле. Проте, об'єднуючи витрати різні за складом, ме-

¹ Наук. керівник: проф. В.О. Озеран, канд. екон. наук – НУ "Львівська політехніка"