

та торгівлі товарами і послугами, а й увесь той комплекс дій, який забезпечує підвищення ефективності продажу.

Беручи все це до уваги, можна виокремити стратегічно важливі завдання в процесі управління збутом продукції з позиції маркетингової логістики, зокрема, такі як налагодження контактів і довготривалих відносин з найбільш вигідними для підприємства постачальниками, виявлення найбільш надійних та вигідних збутових посередників і каналів збуту його продукції, забезпечення товароруку, стимулювання попиту на продукцію підприємства, планування закупівель та управління запасами сировини, матеріалів і комплектуючих, забезпечення участі логістичної системи в плануванні виробництва.

Підсумовуючи вищевикладене, можна зробити висновок, що використання в діяльності підприємства інтеграції логістичного та маркетингового підходів оптимізуватиме рух товарів, шляхом підвищення їх споживчої цінності. Окрім того, використання маркетингової логістики в процесі управління збутовою діяльністю дає змогу оперативно реагувати на мінливість зовнішнього середовища. Зважаючи на те, що розвиток маркетингової збутової логістики обумовлений прагненням до скорочення грошових витрат, пов'язаних з рухом товару, то її застосування в процесі управління збутовою діяльністю підвищить не тільки ефективність системи збуту на підприємстві, але і всього підприємства в цілому.

**Г.Г. ОСАДЧА**, канд. екон. наук, доцент кафедри обліку і аудиту

**М.В. ЦУР**, студент

## **БЮДЖЕТУВАННЯ – ОСНОВА УСПІХУ ПРАТ «СЛАВУТСЬКИЙ СОЛОДОВИЙ ЗАВОД»**

Бюджетування (Budgeting) – це процес планування майбутньої діяльності підприємства і оформлення його результатів в вигляді системи бюджетів. Однозначного тлумачення терміна «бюджетування» немає. В науковій літературі зустрічається багато подібних визначень, які підкреслюють різні сторони цього процесу [с. 340, 1].

Складання бюджетів є невід'ємною складовою загального

процесу планування на підприємстві.

Завдання бюджетного планування полягає в обґрунтуванні та розширенні річного плану господарської діяльності підприємства з метою усунення непередбачуваних змін, які виникають в процесі його діяльності, координації дій між центрами відповідальності для уникнення прийняття неузгоджених рішень, підвищенні ефективності управлінського контролю тощо. Основний бюджет підприємства включає операційні та фінансові бюджети [с.129, 2].

Підприємство ПрАТ «Славутський солодовий завод» до невеликої кількості підприємств, що забезпечують пивоварну галузь солодом, що користується великим попитом на внутрішньому та зовнішньому ринку.

Складання плану реалізації – початковий етап у формуванні операційного бюджету. Тут відображено обсяги реалізації продукції у вартісному вираженні за місяцями та в цілому за рік. Особливістю для заводу є те, що підприємство на момент складання бюджету уже має підписані угоди з покупцями та замовниками, а тому планову суму реалізації солоду розбивають на дві частини – обсяги із сто відсотковою реалізацією та решта, необхідна для виконання плану. Визначаючи ціни на продукцію, обов'язково враховують рівень витрат на виробництво та реалізацію продукції, рівень цін конкурентів, державне регулювання ринку та інші внутрішні й зовнішні чинники. Прийнятні для ринкового середовища методики визначення цін на продукцію, як правило, враховують собівартість виробленої продукції, очікування споживачів і конкурентне середовище ринку.

В план реалізації готової продукції також враховують такий важливий показник як умови оплати та строки, що надалі можна було спрогнозувати рух грошових потоків підприємства.

Далі складають план виробництва, що ґрунтується на даних плану реалізації та плану заготівлі сировини - ячменю. Агропромислові підприємства збирають урожай на момент його повного дозрівання у чітко визначений період, а тому забезпеченість заводу сировиною на пряму залежить від постачальників. Період закупок носить сезонний характер - починається в липні планового року і закінчується в квітні року наступного за плановим. Бюджет закупок ячменю розбивають

на місяці з підпунктами окремих постачальників та цін, які вони пропонують за поставлену сировину.

Заключним етапом бюджетування є складання прогнозного звіту про рух грошових коштів.

При складанні бюджету собівартості застосовуються системи абзорпшен-костинг та стандарт-костинг. Такий підхід забезпечує гнучкість прийняття управлінських рішень щодо обсягів виробництва та обсягів реалізації з вітчизняними та зарубіжними покупцями.

Як відомо, складання бюджетів та контроль їх виконання, пов'язаний із обробкою великого масиву нормативно-довідкової технологічної, технічної та економічної інформації, а тому на підприємстві застосовуються сучасні інформаційні технології.

Процес бюджетування забезпечує достатність та прозорість прогнозової та фактичної інформації при прийнятті господарських управлінських рішень, що забезпечує підприємству стабільний економічний розвиток ПрАТ «Славутський солодовий завод».

**Список літератури:** Голов С.Ф. Управлінський облік: Підручник. – К.: Лібра, 2003. – 704с.; 2. Марущак А.І., Марущак П.О. Управлінський облік у схемах і таблицях: Навчальний посібник для студентів вищих навчальних закладів. – Тернопіль: Астон, 2010. – 192с.

**Г.Г. ОСАДЧА**, канд. екон. наук, доцент кафедри обліку і аудиту

**І.В. СУЛИМА**, магістрант кафедри обліку і аудиту

## **АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ОПЛАТИ ПРАЦІ В УКРАЇНІ**

Перехід України до ринкової економічної системи, характеризується дестабілізацією розвитку галузей економіки, поглибленням кризових явищ, зниженням життєвого рівня населення, офіційним безробіттям, розладом фінансової системи. Спричинені проблеми, вимагають пошуку шляхів до забезпечення високого рівню добробуту населення на основі раціональної організації оплати праці і створення достатньої кількості робочих місць.

За останні два роки спостерігається відновлення ключових галузей промисловості, зростання темпів розвитку сільського