2. Корчак Н. М. Загальні положення державного захисту конкуренції у підприємницькій діяльності. *Підприємництво, господарство і право.* 2001. № 2. С. 7–9.
3. Фастівець Н. П. Особливості функціонування зерно-продуктового підкомплексу АПК. URL: http://www.pdaa.edu.ua/sites/default/files/nppdaa/6.2/314.pdf (дата звернення: 03.10.2020 р.).

Іващенко Д. − студентка

Науковий керівник: к. е. н., доц.
К. Семенова
Одеський національний економічний університет, м. Одеса, Україна

Вибір оптимального методу нарахування амортизації як спосіб залучення інвестицій в основні засоби підприємства

Значимість власних джерел фінансування для оновлення фізично та морально застарілого устаткування визначає стан виробничих підприємств України в ринкових умовах. У зв'язку з цим останнім часом все більше піднімається питання щодо необхідності розробки методичних рекомендацій з виявлення можливостей використання коштів підприємства у відтворювальному процесі активної частини основних виробничих засобів.

У більшості розвинених країн, економіка яких характеризується високою інноваційною активністю, системи нарахування амортизаційних відрахувань є одним з найважливіших інструментів стимулювання інвестицій в оновлення основних засобів виробництва. Якщо говорити про модернізацію матеріально-технічної бази господарюючих суб'єктів України, то мова повинна йти про випереджаючу стратегію інноваційного розвитку, яка повинна включати не тільки переоснащення високопродуктивним сучасним обладнанням, а й створення нових технологій виробництва.

Амортизація – це процес поступового перенесення вартості основних засобів у міру їх фізичного та морального зносу на вартість виробленої з їх допомогою продукції (робіт, послуг) з метою акумуляції коштів для подальшого їх повного відновлення. Нарахована амортизація є основним фінансовим джерелом відтворення основних засобів та способом залучення інвестицій. Ось чому важливо вірно вибрати метод нарахування амортизації [1; 2].

Фізичний знос – це втрата основними засобами їх первісної споживчої вартості, через що вони стають непридатними і вимагають заміни новими засобами. Моральний знос основних засобів – старіння і знецінення основних засобів у зв'язку з тим, що їх техніко-технологічні показники все більше відстають від показників світового рівня.

Існують чіткі критерії для визначення об'єктів основних засобів, що підлягають амортизації: це основні засоби, що мають строк корисного використання понад одного року.

Об'єкти, що мають строк корисного використання менше року, амортизації не підлягають і незалежно від вартості відносяться на витрати одразу під час їх передачі в експлуатацію [3, 1007].

Вибір методу амортизації – справа суто добровільна для кожного підприємства. Отже, господарюючий суб'єкт самостійно має визначити та зафіксувати в обліковій політиці, який саме метод він буде застосовувати. Проте бухгалтер має вільно орієнтуватися у кожному з методів, аби порадити керівництву, який з них стане найбільш доцільним та ефективним з урахуванням конкретних умов діяльності.

Основними факторами, що впливають на вибір методу нарахування амортизації, виступають особливості основних засобів щодо інтенсивності їх фізичного та морального зносу, а також обрана стратегія управління стосовно оновлення засобів виробництва та формування джерел власних коштів [4, 97].

© Іващенко Д., 2020

До методів нарахування амортизації відносять наступні:

− прямолінійний метод. Його головною перевагою є простота розрахунків та можливість прогнозування суми накоченого зносу. Проте є й суттєвий недолік – не враховується моральний знос основних засобів;

− виробничий метод. Він дає можливість визначити конкретну участь основних засобів у виробництві та чітко перенести їх частину на собівартість продукції. Однак, розмір амортизації спрогнозувати неможливо, що ускладнює процеси планування;

− метод зменшення залишкової вартості. Цей метод дозволяє швидко здійснити нагромадження зносу в перших періодах використання основних засобів, проте ліквідаційна вартість не може бути нульовою. Метод також має складні розрахунки;

− метод прискореного зменшення залишкової вартості. Він враховує моральний знос засобів, однак амортизаційні суми розподіляються між періодами використання нерівномірно;

− кумулятивний метод. За цим методом велика частина амортизаційної вартості списується на самому початку експлуатації об'єкта, а фінансові ресурси акумулюються на початку експлуатації основного засобу. Це дуже важливо, тому що в подальшому вони будуть необхідні для його заміни. Головним мінусом методу є те, що він є дуже трудомістким, що негативно позначається на його застосуванні [5; 6].

У питанні вибору методу нарахування амортизації, на наш погляд, необхідно виходити з двох позицій: принципу обачності та принципу очікуваного способу отримання економічних вигід від використання основних засобів.

Першому принципу відповідає метод зменшення залишкової вартості, при якому нараховується найбільша сума амортизації в перші роки використання об'єкта основних засобів. Наступними є метод прискореного зменшення залишкової вартості та кумулятивний метод: за умови рівномірного випуску продукції показники виробничого методу наближаються до прямолінійного.

Також зробимо наголос, що єдиним способом вирішення зазначеної проблеми є розробка на законодавчому рівні Положення щодо вибору методу амортизації, в якому були б наведені чіткі критерії, на яких має ґрунтуватися вибір, та чітко б визначалися можливі варіанти методу амортизації для відповідної групи основних засобів [6, 10].

Таке положення виключило б можливість обрання господарюючим суб'єктом прямолінійного методу амортизації транспортних засобів, будівельного обладнання та дозволило б формувати повну, правдиву та неупереджену інформацію щодо основних засобів.

Правильне розуміння економічної сутності та функцій амортизації дозволить підприємствам обґрунтовано вирішувати проблеми, що пов'язані з оцінкою об'єктів основних засобів, встановленням оптимальних строків їх використання, визначенням методів нарахування амортизації, розробленням норм амортизаційних відрахувань, формуванням та використанням амортизаційного фонду, тобто дозволить проводити ефективну амортизаційну політику.

З метою покращення процесу розробки амортизаційної політики господарюючого суб'єкта, вирішення проблем обліку амортизації та амортизаційних відрахувань, вчені рекомендують вживати низку наступних заходів [5−8]:

1. Впровадити централізований порядок визначення ліквідаційної вартості основних засобів підприємства.

2. Розробити на законодавчому рівні Положення щодо вибору методу амортизації об'єктів основних засобів, в якому були б зазначені чіткі критерії, на яких варто ґрунтувати вибір способу нарахування амортизаційних відрахувань, та чітко б визначалися можливі варіанти методу амортизації для відповідної групи основних засобів.

Також рекомендовано працювати над вдосконаленням документального оформлення процесу нарахування та розподілу сум амортизаційних відрахувань. Первинний облік цих відрахувань виступає частиною загальної системи бухгалтерського обліку основних засобів, який забезпечує відображення здійснених господарських операцій з нарахування та розподілу амортизації основних засобів. Він відіграє велику роль в управлінні амортизаційною політикою, має суттєве значення для забезпечення контролю за порядком нарахування та розподілом

сум амортизаційних відрахувань, спрямованих на відтворення об'єктів основних засобів підприємств та їх раціонального використання.

Джерела та література

1. Ізмайлов Я. О. Облік нарахування амортизації необоротних активів та її використання на фінансування інвестиційної діяльності експортоорієнтованих підприємств. *Вісник КТУ*. 2011. Вип. 27. С. 267−271.
2. Карасевич І. В., Шутюк Н. В. Проблемні питання обліку та нарахування амортизації основних засобів в сучасних умовах господарювання. *Наука й економіка.* 2013. Вип. 2. С. 71−74.
3. Трачова Д. М. Формування окремих елементів амортизаційної політики підприємства. *Глобальні та національні проблеми економіки.* 2016. Вип. 14. С. 1006−1009.
4. Здирко Н. Г. Адаптація міжнародних стандартів фінансової звітності в сільськогосподарському виробництві. *Економіка. Фінанси. Менеджмент: актуальні питання науки і практики.* 2016. № 12. С. 92−100.
5. Кадацька А. М. Економічний зміст та функції амортизації основних засобів. *Глобальні та національні проблеми економіки.* 2016. Вип. 13. С. 572−575.
6. Довгопола Н., Нестеренко М. Амортизація: предметна сутність і ступінь впливу на відтворення основних засобів. *Бухгалтерський облік і аудит.* 2010. № 12. С. 3−13.
7. Бондар М. І., Бабіч В. В. Амортизація основних засобів: облік та оподаткування. *Вісник ЖДТУ. Серія: Економічні науки.* 2011. № 1 (55). С. 31−34.
8. Жердєв Є. В. Методичні засади формування амортизаційної політики на підприємствах. *Облік і фінанси АПК.* 2011. № 1. С. 1−5.

Ісадченко Є. − учень 4-В класу;
Писаренко Н. − к. е. н., викл.
ТОВ «Спеціалізована школа
І−ІІІ ступеня "Капітал Юніон"»
м. Київ, Україна

Сучасний маркетинг і перспективи розвитку

Світова економіка має всі ознаки глобального характеру і останнім часом зазнала значних змін. Завдяки інформатизації суспільства та досягненням науково-технічного прогресу географічні та культурні відстані між країнами значно скоротилися. Це розширює можливості та дає змогу підприємствам значно збільшити географічне охоплення ринків, обсяги виробництва та продажів.

Сьогодні підприємства не лише намагаються продавати на міжнародних ринках якомога більше товарів, що виробляються всередині країни, але й купують за кордоном значну кількість комплектуючих та сировини. Освоєння світових, європейських ринків продукції, товарів та послуг українськими підприємствами потребує нових форм та підходів до розроблення ефективних стратегій маркетингу. Маркетинг як філософія бізнесу – це цілісне сприйняття людиною своєї бізнес-діяльності, спрямованої на виявлення та задоволення потреб [2, 10].

У маркетингу відбуваються зрушення від об'єктивних аналітичних і формальних оцінок, від орієнтації на зовнішні ідеали в бік повсякденних турбот споживачів. Кількість інновацій і нових продуктів, збільшення кількості часу, який люди проводять в мережі Інтернет роблять працю маркетологів все більш складною і значущою. Укріплення Інтернету як провідного медіа-майданчику багато в чому обумовлено загальною міграцією користувачів традиційних медіа в онлайн-сферу, суттєвим зростанням часових і кількісних показників перебування користувачів у мережі [3, 167].

На думку Ф. Котлера, «сучасний маркетинг – далеко не те ж, що маркетинг 1970-х рр. На ринку є товари для задоволення практично будь-яких потреб. Попит не просто насичений – він

© *Ісадченко Є., Писаренко Н., 2020*