

складських приміщень, холодильних установок тощо у виробників і впливу великих затрат на їх експлуатацію.

Аудит реалізації продукції розпочинається з перевірки обґрунтованості плану реалізації продукції та цін на неї, повноти визначення валової й товарної продукції, показників якості, відповідності останніх вимогам державних стандартів, технічних умов тощо. Перевірку повноти й визначення валової продукції сільськогосподарського підприємства аудитор здійснює на основі загального обсягу її виробництва, що дає йому змогу оцінити рівень виробничої програми.

Основними завданнями обліку та аудиту реалізації сільськогосподарської продукції є: забезпечення інформації про обсяг реалізованої продукції за її видами; забезпечення контролю за формуванням повної собівартості продукції; забезпечення контролю за рівнем реалізаційних цін; своєчасне документальне оформлення кожної партії реалізованої продукції; контроль за своєчасним надходженням плати за реалізовану продукцію; правильне відображення в обліку фактичної виручки від реалізації продукції, робіт та послуг; визначення фінансових результатів по підприємству в цілому та окремих видів продукції.

Процес реалізації завжди передбачає, з одного боку, передачу відповідної продукції від виробника покупцеві, а з другого – проведення розрахунків згідно з договірною ціною цієї продукції. Отже, кожен вид продукції, що реалізується, матиме дві оцінки: одну для самого виробника – виробничу собівартість, іншу – для покупця (ціну реалізації). Для більшості продукції (товарів, робіт, послуг) ціни реалізації є вільними і встановлюються на підставі договорів між підприємствами.

#### **СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:**

1. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 16 «Витрати»: Затв. Наказом МФУ від 30.11.2001 № 559. URL: <http://zakon.rada.gov.ua>. (дата звернення : 03.02.2017).
2. Вігуржинська С.Ю. Економіка підприємства / Конспект лекцій. -Одеса, 2017. - 256 с.
3. Сук Л. К., Сук П. Л. Фінансовий облік: Навч. посібник. Київ : Знання, 2016. 663 с.
4. Пятов А.І. Аудит реалізації продукції. Науковий вісник Одеського національного економічного університету. 2017. № 1. С. 189-203.

---

**Лях Ольга Михайлівна**, студентка 4 курсу,  
**Козин Лариса Володимирівна**, к.е.н.,  
доцент кафедри міжнародної економіки,  
маркетингу і менеджменту

## **ІННОВАЦІЇ У ЗБУТОВІЙ ПОЛІТИЦІ ПІДПРИЄМСТВА СФЕРИ ФІНАНСОВИХ ПОСЛУГ**

Історично банківська справа була одним з секторів бізнесу, найбільш стійким до технологічних зрушень. Вони традиційно виконували ряд основних функцій в економічних системах, у тому числі:

- перетворення ліквідних депозитів клієнтів у довгострокове фінансування корпорацій та приватних осіб та нормування, розподіл та ціноутворення щодо цього фінансування;

- посередництво при передачі готівки, включаючи функціонування платіжних систем;
- посередництво та модерація ринків цінних паперів;
- виконання ролі інструментів державної політики для урядів, наприклад, через активізацію кредитування стратегічно вигідних секторів або стимулювання зростання економіки.

Реалізуючи ці функції банківський сектор працював як більш-менш відлагоджена система. З тих пір, як перша іпотека з'явилася в Англії в XI ст., банківській системі вдалося вибудувати надійні «фортеці» з багатьма «захисними ровами»: широке розповсюдження через філії і представництва, унікальний досвід зокрема у сфері кредитного андеррайтингу, де рішення спирається як на об'єктивні дані, так і на суб'єктивні судження, статус спеціально регульованих установ, які мають право надавати кредити - «життєдайну кров економічного зростання», і здійснюють страхування своїх зобов'язань (депозитів).

Із плином часу ці чинники атрибути створили високий рівень довіри між клієнтом та банком та значні перешкоди для виходу на ринок – своєрідний захист банків від претендентів на існуюче «статус-кво». Крім того, варто зазначити, що рівень інерції споживачів фінансових послуг вважається досить високою. Як правило, вони не схильні легко змінювати постачальників фінансових послуг. Споживачі, що було особливо характерним для розвинених ринків, історично тяжіли у банківській справі та страхуванні до стійких брендів з тривалою історією, які вважалися гарантами стабільності навіть під час криз і змін.

На перший погляд, усі ці переваги залишилися дієвими. Банки залишаються однозначно та системно важливими для економіки; це високорегульовані установи, які, в основному, тримають монополію на видачу кредитів та прийняття ризиків; вони є основним місцем зберігання депозитів і вони продовжують бути ключовим елементом найбільших платіжних систем у світі.

Однак дещо все ж таки змінилося. По-перше, фінансова криза негативно вплинула на довіру до банківської системи. По-друге, широке розповсюдження мобільних пристроїв призвело до зниження переваг фізичного розподілу, якими раніше користувалися банками. Смартфони створили нову платіжну парадигму, а також повністю персоналізоване обслуговування клієнтів. Крім того, швидко зростає доступність глобально прозорих баз даних, а також суттєве знижується вартість обчислювальних потужностей.

Але, можливо, найбільш суттєвим викликом для банків те, що споживачі стали значно більш відкритими для відносин, які засновані на індивідуальній ініціативі (наприклад, сервіс з оренди житла по всьому світу «Airbnb», система інтернет-бронювання «Booking.com» та мобільний застосунок для пошуку, виклику та оплати таксі або приватних водіїв «Uber») є персоналізованими і забезпечують безперервний доступ до додаткового набору послуг, відокремлений від базового процесу надання послуги або продукту.

Таким чином, стабільні умови функціонування банківської системи зазнали потужної турбулентності. Ці зміни ставлять під сумнів бізнес-моделі сьгоднішніх банків, оскільки альтернативні провайдери виникають практично у всіх аспектах банківського сектору, включаючи основні функції, перераховані вище. Підвищена увага, яку високотехнологічні конкуренти приділяють зручності, зниженню витрат і швидкості обслуговування клієнтів, не лише краще відповідає очікуванням споживачів, але й дає змогу захоплювати частки ринку традиційних банків. Єдиним винятком є застраховані депозити, які, як і раніше, є винятковою прерогативою ліцензованих банків. Але навіть тут центральна роль у економічній системі, яку відіграють банківські депозити, знаходиться під загрозою через зростання грошового ринку, однорівневого кредитування (peer-to-peer lending), краудфандингу (crowdfunding) тощо.

Усе це пояснює, чому банкам сьогодні необхідно глибоко проаналізувати всі складові своєї діяльності, які мають відношення до рівня задоволення клієнтів, як-от платежі в режимі реального часу, біометрична безпека, інтерактивне управління особистими фінансами тощо. «Банківська справа є необхідною. Банки - ні ...» - ці слова Білла Гейтса, сказані ще 25 років тому, точно визначають основну рушійну силу, яка нині змушує багато банків змінювати себе або, принаймні, адаптуватися до нового середовища, де споживачі потребують кращого та швидшого обслуговування, часто через Інтернет та в мобільні мережі, і де величина витрат вимагає постійного вдосконалення процесів для того, щоб залишатися конкурентоспроможними. Така ситуація не є унікальною - монополістичні галузі відчували цю необхідність завжди. Тому, ймовірно, ключовим викликом, з яким стикається сьогодні банківська система - це поєднання нових регуляторних вимог, більш складного і турбулентного макроекономічного середовища і, головне, нових технологій.

**СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:**

1. Gubler Z. J. *Instruments, Institutions and the Modern Process of Financial Innovation*. URL: <http://ssrn.com/abstract=1608409>
2. Шевчук, Т. В. *Проблеми та особливості розвитку цифрових банківських технологій. Фінансово-кредитна діяльність: проблеми теорії та практики*. 2015. Вип. 1. С. 249–255.
3. Огієнко, В. І. *Інтернет-банкінг як перспективний напрям розвитку ринку фінансових послуг*. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=1217&p=1>