

Можна спостерігати, що коефіцієнти поточної ліквідності та мобільності (рис.2) не мають довгострокового тренду, але чітко видно коливання цих показників, які є оберненими до коливань ділової активності, тобто, коли ділова активність зменшується, $K_{пл}$ зростає. Це явище може бути викликане як виходом із ринка під час криз фінансово нестійких підприємств, так і намаганнями учасників ринка, що продовжують діяльність, зменшити ризики втрати ліквідності і нарощуванням оборотних активів.

УДК 332.135:334.7

д.е.н., проф. **Рижаква Г.М.**, к.т.н., доцент **Чуприна Ю.А.**, д.т.н. проф. **Поколенко, В.О.** аспірант **Гавриков Д.О.**, аспірант **Бородавка М.В.**
**МОДЕРНІЗАЦІЯ АЛГОРИТМУ МЕНЕДЖМЕНТУ
СТРАТЕГІЙ ДЕРЖАВНИХ ІНВЕСТИЦІЙНИХ
ЦІЛЬОВИХ ПРОГРАМ**

Роки економічних перетворень, зумовлених зміною соціально-політичних орієнтирів держави, стали для України періодом інтенсивного пошуку оптимальних методів використання й реалізації такого інструменту розв'язання загальнодержавних проблем у різних сферах суспільного життя, як державні цільові програми. І хоча в Україні кількісний вектор державного програмування змінено на доброякісний, сучасний стан більшості програм характеризується низьким рівнем їх реалізації.

Головним чинником такої ситуації є неналежне фінансове забезпечення програмних завдань і заходів, що зумовлено зокрема, загальним спадом економіки країни, послабленням інтересу національних й іноземних інвесторів до найменш привабливих секторів української економіки (соціальної, культурної, освітньо-наукової та ін.), нерівномірністю фінансування різних програм протягом усього строку їх виконання та ін. За таких умов основними джерелами фінансування державних цільових програм залишаються державні фонди коштів. Водночас їх обмеженість і нестабільність, у супроводі з випадками необґрунтованого розроблення, прийняття й скасування державних програмних актів, а також нераціонального та нецільового розподілу державних коштів на їх виконання, вимагає наразі перегляду з метою вдосконалення правової основи та самого процесу виділення державних асигнувань на покриття програмних видатків.

Узгодження положень національних програм економічного розвитку, в тому числі тих, що безпосередньо спрямовані на регулювання будівельно-інвестиційної галузі – разом із місцевими економічними інтересами, дозволить більш раціонально використовувати фінансово-економічний, виробничий та управлінський потенціал територій, розподіляти бюджетні кошти та виконувати завдання цільових державних проектів на рівні окремих адміністративно-територіальних одиниць. Цьому заважає неоднозначність тлумачення нормативно-правових документів чи, з іншої сторони, його односторонність, ухвалення суперечливих заходів з практичної реалізації їх основних положень. Інноваційним шляхом поліпшення стану будівельної галузі та поживлення інвестиційної діяльності є реалізації комплексних проектів та цільових інвестиційних програм через адміністративно-управлінський формат будівельного кластеру, з використанням інституційних та економічних механізмів державно-приватного партнерства.

УДК 658.8(075.8)

О.С. Рубцова, доцент КНУБА Київський Національний Університет
Будівництва і Архітектури

ТЕНДЕНЦІЇ РЕФОРМУВАННЯ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ БУДІВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ ВІДПОВІДНО ДО МСФЗ

У 2000р. в Україні розпочалося реформування бухгалтерського обліку, а з прийняттям Верховною Радою України у вересні 2014р. Постанови «Про європейський вибір України» [1], питання переходу нашої країни на міжнародні стандарти набуло особливого значення.

Відповідно до змін прописаних у Законі України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» від 05.10.2017 р. № 2164-VIII [2] розширено коло підприємств, які повинні для складання фінансової звітності та консолідованої фінансової звітності користуватись МСФЗ (міжнародними стандартами фінансової звітності) і до списку увійшли великі підприємства (підприємства, які відповідають щонайменше двом із таких критеріїв: балансова вартість активів - понад 20 мільйонів євро; чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) - понад 40 мільйонів євро; середня кількість працівників - понад 250 осіб).

Згідно статистичних даних наведених на сайті Державної служби статистики України [3] спостерігається тенденція до зменшення кількості великих підприємств у сфері будівництва в Україні, але у 2016 році кількість великих підприємств у будівництві почало зростати.

Табл.1

Кількість великих підприємств у будівництві

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Великі підприємства	10	10	12	13	4	5	1	4

Відповідно до листа Мінфіну від 29.12.2017 р. № 35210-06-5/37175 [4] датою переходу на МСФЗ є 01.01.2018 для підприємств, які відповідно до Закону № 2164 вперше застосовують МСФЗ. Зважаючи на курс України до інтеграції з Європою, очікується перехід і інших суб'єктів підприємницької діяльності на МСФЗ.

Використання МСФЗ в діяльності будівельних підприємств вимагає вирішення цілої низки проблем для втілення процесу переходу з П(С)БО (національних стандартів БО) на МСФЗ:

1) недостатня кількість кваліфікованих бухгалтерів, підготовлених за міжнародними нормами, що пов'язано, в першу чергу, з браком часу для підготовки молоді за профільною спеціалізацією і фінансовими втратами для підприємств для перекваліфікації вже працюючих кадрів;

2) відсутність програмного забезпечення, що допомагає готувати звітність за міжнародними стандартами: ця проблема особливо гостро стоїть перед українськими підприємствами в зв'язку з дефіцитом зручних і доступних програмних вітчизняних продуктів у сфері бухгалтерського обліку, незважаючи на преференції наданих державою для підприємств, працюючих над даною проблемою;

3) можливість постійного навчання бухгалтерського персоналу в зв'язку зі змінами і в самих МСФЗ (наприклад, для будівельних підприємств замість

використання при визначенні доходів і витрат по будівельним контрактам з 2018 року МСБО 11 «Будівельні контракти» запропоновано до використання МСФЗ 15 «Дохід від договорів з клієнтами»).

Список літератури:

1. Постанова Верховної Ради України Про Заяву Верховної Ради України «Про європейський вибір України». [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1679-18>

2. Закон України Про внесення змін до Закону України "Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні" щодо удосконалення деяких положень. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2164-19>

3. Документи Державної Служби Статистики України. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>

4. Лист Міністерства фінансів України «Про правила обов'язкового та добровільного застосування міжнародних стандартів фінансової звітності» від 29.12.2017 р. № 35210-06-5/37175. . [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v3521201-17>

УДК 339.137.2

Росинський А.В., аспірант кафедри економіки будівництва
Київський національний університет будівництва і архітектури
**ВПРОВАДЖЕННЯ CRM-СИСТЕМИ ЯК ЗАСІБ
ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ
ДЕВЕЛОПЕРСЬКОЇ КОМПАНІЇ**

Аналіз поточного стану ринку первинної нерухомості України відображає тенденцію, що навіть за наявності попиту, традиційна маркетингова політика у сукупності з грамотною рекламною стратегією не є гарантією успішних продажів. Це викликає необхідність у знаходженні шляхів підвищення ефективності роботи з покупцями, а відповідно і у підвищенні конкурентоспроможності девелоперської компанії. Одним із таких шляхів є впровадження CRM-системи, яка являє собою комплекс взаємопов'язаних інструментів управління відносинами з клієнтами. При цьому бажання і потреби клієнтів у цих відносинах набувають найвищого пріоритету.

Фактично CRM-система – це прикладне програмне забезпечення призначене для автоматизації стратегій взаємодії з клієнтами, зокрема для оптимізації маркетингу, поліпшення якості обслуговування клієнтів і підвищення рівня продажів шляхом накопичення інформації про клієнтів та історію взаємовідносин з ними, поліпшення бізнес-процесів і наступного аналізу результатів.

Для оцінки доцільності впровадження CRM-системи варто звернути увагу на деякі характерні особливості діяльності девелоперських компаній. До них належать:

- висока вартість ліда (потенційного клієнта, який тим чи іншим чином відреагував на маркетингову комунікацію);
- довготривалий та багатостадійний цикл роботи з клієнтом;
- товар високої цінової категорії з динамічною зміною ціни;
- запит клієнтів на індивідуальний підхід, а також на найбільш актуальну і релевантну інформацію.