

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ДЕРЖАВНИЙ ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД
«ДОНБАСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ ПЕДАГОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ»**

**Збірка тез доповідей
на Всеукраїнській науково-практичній
конференції**

**«Актуальні питання сучасної
науки та освіти»**

(23-24 травня 2018 року)

Випуск 4

Слов'янськ – 2018

УДК 51
ББК 74.00

Видається за ухвалою Вченої ради
Державного вищого навчального закладу
«Донбаський державний педагогічний університет»
(протокол № 8 від «24» квітня 2018 р.)

РЕДАКЦІЙНА КОЛЕГІЯ

О.Г. Набока – перший проректор, д. пед. н., професор;
Д.О. Лазаренко – декан ФПЕУ, д.е.н., професор;
А.Е. Мелоян – зав. кафедрою прикладної психології, к. психол. н., професор;
С.В. Коверга – зав. кафедрою менеджменту, д. е. н., професор;
О.Г. Солодухова – зав. кафедрою психології, д. психол. н., професор;
О.В. Кузьміна – зав. кафедрою педагогіки, д. пед. наук, професор;
Л.В. Гончар – заступник декана ФПЕУ, к. е. н., доцент;
Л.В. Степаненко – заступник декана ФПЕУ, к. психол. н., доцент;
Л.М. Бражнікова – зав. кафедрою обліку і аудиту, д.е.н., професор

Відповідальна за випуск:

А.В. Малахова – к. е. н., доцент кафедри обліку і аудиту.

Актуальні питання психології, економіки та управління: збірка тез доповідей на Всеукраїнській науково-практичній конференції «Актуальні питання сучасної науки та освіти» [Слов'янськ, 23-24 травня 2018 року] / ДВНЗ «Донбаський державний педагогічний університет». Слов'янськ: [електронний ресурс], 2018. – 80с.

У збірнику представлені наукові матеріали тез доповідей студентів, аспірантів, викладачів факультету психології, економіки та управління в рамках роботи Всеукраїнської науково-практичній конференції «Актуальні питання сучасної науки та освіти», що проходила 23-24 травня 2018 року в Донбаському державному педагогічному університеті.

Матеріали представлені в авторській редакції

Донбаський державний педагогічний університет

© ДВНЗ «ДДПУ», 2018

Вступне слово

Розвиток сучасної науки характеризується високим рівнем інформатизації суспільства, зростанням глобалізаційних процесів у світі, підвищенням ролі людського фактору у різних сферах життєдіяльності. Інноваційні наукові впровадження сучасності неможливі без урахування соціальних аспектів життя суспільства. Сьогодні як ніколи відчувається проблема психологічної підтримки і економічної безграмотності, що обумовлюється складністю сучасних соціально-економічних стосунків між державою та суб'єктами господарювання. Непідготовленість більшості громадян до існування в умовах революційних змін, а іноді й небажання приймати участь у реформах, що відбуваються в державі, викликає ряд соціальних проблем.

Найбільшу суттєву роль соціальна складова займає в психологічних і економічних наукових напрямках, адже серед об'єктів дослідження є фактори, передумови та принципи, що сприяють забезпеченню життєвого рівня, формуванню цінностей, розвитку особистості, розкриттю його потенціалу.

Не викликає сумніву, що економіка та психологія мають загальне поле для дослідницького пошуку – поведінка індивідів і соціальних груп. На спонукання, рішення і вчинки економічних суб'єктів впливають емоції. Проблеми, що накопичуються в ході економічного розвитку суспільства та їх невизначеності свідчать, що без глибокого вивчення психологічних законів господарської поведінки людей неможливо прогнозувати ефективні моделі економічного розвитку.

Сучасні економічні процеси розглядаються як сфера громадського життя і суспільних стосунків, в яких психологія грає роль «регулятора» таких стосунків. Відбувається поступове формування нового напрямку психологічної науки, яка вивчає і дає відповіді на ті явища, що відбуваються з людиною в процесі здійснення її діяльності. У сучасній науці акцент частіше робиться на психологічні складові економічної діяльності індивідів і соціальних груп, і, отже, йдеться про економічну психологію, поява якої є закономірним феноменом.

Одним із актуальних завдань факультету психології, економіки та управління з питань становлення висококваліфікованих спеціалістів є залучення творчого потенціалу студентів до наукового пошуку та спрямування їх фахових здібностей до цікавих і корисних результатів. З цією метою в рамках науково-дослідної роботи на факультеті видаються матеріали конференції «Актуальні напрямки сучасної науки та освіти», що проходила 23-24 травня 2018 року в Донбаському державному педагогічному університеті.

***Декан ФПЕУ, доктор економічних наук, професор
Лазаренко Дмитро Олександрович***

ЗМІСТ

<u>СЕКЦІЯ МЕНЕДЖМЕНТУ</u>	
Артюхіна М.В. Українсько-грузинське економічне співробітництво: сучасний стан та перспективи розвитку	5
Артюхіна М.В., Семенченко М.О. Складові іміджу позашкільного навчального закладу	8
Зінченко С.О., Артюхіна М.В. Проблеми розвитку підприємництва в Україні	10
Коверга С.В. Методичний підхід до проведення моніторингу процесів системи управління якістю продукції підприємств	13
Кулик Н.М., Корнієнко А. С. Проектний менеджмент в сучасних умовах економічних відносин	17
Олійник Д.В., Артюхіна М.В. Проблеми мотивації персоналу сучасної організації	20
Копитько С., Пилипенко О.С. Вплив процесів глобалізації на маркетингову діяльність підприємств	23
Попова Г.В. Активізація навчання магістрів спеціальності "менеджмент"	26
Скорописова Л.І., Аліфірінко В.В. Впровадження контролінгу в практику управління підприємством	28
<u>СЕКЦІЯ ОБЛІКУ І АУДИТУ</u>	
Гончар Л.В., Щеглова К.С. Методичні аспекти аудиту запасів підприємства	31
Дзюба М. О. Аутсорсинг в аграрній сфері та перспективи його розвитку	34
Коніщева Н. Й. Складові туристичної привабливості Слов'янського району Донецької області	36
Малахова А.В., Сідаш К.А. Визнання та оцінка основних засобів в системі обліку та контролю підприємства	38
Малахова А.В., Трохимчук Ю.В. Порядок оцінки вартості та економічної безпеки підприємства	40
Малахова А.В., Щербініна О.О. Основні аспекти обліку прокатних фондів в інших країнах	43
Малахова А.В., Щипіцина А.П. Проблеми проектування інформаційного забезпечення управлінської звітності	47
Мартиненко О.В., Дронов І.М. Особливості цінової політики підприємства	50
Рождественський Д.О., Гончар Л.В. Роль та значення фінансового аналізу в управлінні підприємством	52
Сіренко С.В., Беліч В.А. Ефективність управління оборотними активами	54
Сіренко С.В., Лукін О.А. Проблеми формування раціональної структури джерел коштів підприємства	57
Шнурко А.М., Оснадчук О.М. Податковий аспект розрахунків з оплати праці	59
Яровий К.О., Ярова А.Л., Горбачова Н.М. Податковий контроль та запобігання податковим правопорушенням	62
Яровий К.О., Ярова А.Л., Молодюк І.В. Облік доходів загального фонду бюджетних установ	66
<u>СЕКЦІЯ ПСИХОЛОГІЇ</u>	
Волинець К.В., Степаненко Л.В. Особливості внутрішньоособистісних конфліктів у юнацькому віці	70
Дубік С. Психологічний супровід соціальними педагогами	72
Мацокіна В.Ю., Резнікова О.А. Психологічні чинники дезадаптивної поведінки підлітків	74
Солодухов В.В., Резнікова О.А. Особистісні чинники професійного самовизначення старшокласників	77

СЕКЦІЯ МЕНЕДЖМЕНТУ

УКРАЇНСЬКО-ГРУЗИНСЬКЕ ЕКОНОМІЧНЕ СПІВРОБІТНИЦТВО: СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ

Артюхіна М.В.

к.е.н., доц. кафедри менеджменту

Українсько-грузинське співробітництво останнім часом стало однією з актуальних тем багатьох періодичних видань не тільки України і Грузії, а й зацікавлених третіх сторін. Питання економічної співпраці між даними країнами майже не розроблялися науковцями. Більшість дослідників, як українських, так і закордонних, розглядають тему українсько-грузинських відносин здебільшого у рамках загальної політики Європейського Союзу. Питаннями українсько-грузинських відносин у різних сферах суспільного життя переймалися такі автори: М. Айдін, С. Бланк, Ф. Бордонаро, С. Єрьоменко, І. Корнілов, Л. Негель, Г. Перепелиця, Н. Попеску, Т. Якобашвілі тощо.

Тандем Україна-Грузія є дуже перспективним у плані економічної співпраці. Дві держави з самого початку свого незалежного існування демонстрували добрий рівень взаємовідносин. Але після "кольорових" революцій відносини між двома державами не тільки наповнилися новою суттю, але й по праву вважаються стратегічними.

По-перше, офіційний Тбілісі цікавлять політичні контакти між країнами, адже грузинське керівництво має потребу в союзниках не лише для того, аби встояти перед тиском із боку Москви, а й відновити контроль над Південною Осетією та Абхазією, котрі поступово інтегруються в Росію [1].

По-друге, між Україною та Грузією з кожним роком збільшується товарообіг. Якщо у 2004 р. товарообіг між Україною та Грузією складав \$158 млн., у 2006 р. вже – \$384 млн. Обсяг торгівлі між Україною та Грузією за 10 місяців 2017 року склав майже \$400 млн. У порівнянні з аналогічним періодом минулого року товарообіг збільшився на 11% або \$38 млн. [2; 3].

Основну групу товарів з України на ринку Грузії має продукція агропромислового комплексу (кондитерські вироби, цукор, молочні продукти, тваринні та рослинні жири, борошняні вироби, тютюн), чорної металургії та кольорової металургії (сталевий прокат, труби, прутки, вироби з вуглеводневої сталі), хімічної промисловості (лікарські засоби, фарби, лаки, шини) та машинобудування (холодильники, акумулятори). Має місце реалізація харчової солі, деревини і виробів з неї. Всього на грузинському ринку реалізується близько 100 найменувань української продукції. Грузинський товарний експорт в Україні представлено, в основному, продукцією агропромислового комплексу (горіхи, чай, цукор, вина, спирт етиловий), гірничо-видобувної (руди та концентрати марганцеві) та хімічної промисловості (лікарські засоби) [2].

Основна частка експорту послуг з України припадає на морські перевезення, пасажирські авіап перевезення, транзит автотранспорту, страхові послуги – всього по двадцяти позиціях. Останнім часом активізувалися заходи українських компаній, працюючих у транспортній сфері щодо просування своїх інтересів на ринку Грузії. Збільшується кількість авіарейсів між Києвом та Тбілісі. Серед десяти основних торговельних партнерів Грузії Україна посідає п'яте місце після Росії, Туреччини, Азербайджану й Німеччини. При цьому зберігаються стійкі тенденції до збільшення кількості перевезених вантажів основною ділянкою транспортного коридору Європа – Кавказ – Азія – залізничній поромній перевезенні Іллічівськ – Поті/Батумі.

Досліджуючи розвиток україно-грузинських економічних відносин необхідно розглянути перспективи створення та формування сумісних або спільних підприємств. Поширеною формою здійснення іноземних інвестицій є створення підприємств з іноземними інвестиціями. Такі підприємства можуть повністю належати іноземним інвесторам, або останні можуть володіти часткою у підприємствах, створених спільно з національними фізичними або юридичними особами [4].

Передумовою створення українсько-грузинських сумісних підприємств є сприятливий інвестиційний клімат у Грузії. За даними Всесвітнього банку на червень 2017 р. Грузія входить у десятку країн в рейтингу сприятливих умов ведення бізнесу і займає 9 позицію. Україна за цим показником займає 76 місце [5]. Для порівняння - загальне податкове навантаження (у відсотках від прибутку) в середньому у країнах Європи і Центральної Азії складає 34,8%, в Грузії - 16,4%, в Україні - 52,2%. Привабливий інвестиційний клімат сприяв створенню сумісних підприємств в Грузії представниками Азербайджану, Туреччини, Росії, Китаю. Найбільші інвестиції в Грузію йдуть з Азербайджану і складають більш ніж 35%. Привабливими для іноземних інвесторів в Грузії за даними статистики є транспорт і комунікації, фінансовий сектор, готельний та ресторанний бізнес, соціальна галузь [6].

Українсько-грузинські економічні відносини на сучасному етапі мають стратегічний характер, і це зумовлено, насамперед, збігом стратегічних завдань зовнішньої політики двох дружніх країн і їхніх пріоритетів. Це, передусім, європейська і євроатлантична інтеграція, проведення активної регіональної, добросусідської політики. Схожість основних зовнішньополітичних пріоритетів, високий рівень дружніх відносин позитивно впливають на розвиток співробітництва між нашими країнами. Саме такий характер відносин дає можливість обом сторонам вийти на новий рівень реалізації своїх інтересів у економічному вимірі.

Прискоренню інтенсифікації україно-грузинської економічної співпраці сприяють різного роду міжнародні заходи. Наприклад, 18 липня 2017 року у Тбілісі та 19 липня у Батумі пройшов українсько-грузинський бізнес-форум. Він відбувся згідно з дорученням віце-прем'єр-міністра з питань європейської та євроатлантичної інтеграції України Іванни Клімпуш-Цинцадзе на виконання листа Глави Адміністрації Президента України від 29.05.17 р. № 02-01 /929.

Співорганізаторами форуму виступили Торгова Промислова Палата (далі - ТПП) України та ТПП Грузії за активної підтримки Посольства України в Грузії й офіційного представника ТПП України у Грузії Давіда Іванішвілі. Метою форуму стала – активізація українсько-грузинського співробітництва та налагодження коопераційних зв'язків, насамперед у таких ключових сферах: машинобудування, кольорова та чорна металургія, авіаційна, легка та хімічна промисловість, туризм, логістика, постачання продуктів харчування та вин й ін. Уже протягом багатьох років Україна зберігає провідне місце серед основних торговельно-економічних партнерів Грузії і навпаки. На бізнес-форумі українські учасники змогли установити ділові контакти з потенційними грузинськими бізнесменами й отримати актуальну інформацію про попит та цінову ситуацію на цікавих для них грузинських ринках, домовитись про подальшу взаємовигідну співпрацю.

Спільність зовнішньополітичних орієнтирів, транзитний потенціал, ще не використаний повною мірою, підтримка демократичних цінностей та спільне бачення економічного та політичного розвитку двох країн дозволяють не тільки плідно співпрацювати у різних сферах, а й впливати на загальні процеси у Чорноморському регіоні [2]. Незважаючи на те, що сьогодні в українсько-грузинських відносинах політична складова превалює над економічною, з кожним роком з'являються нові проекти та перспективи для подальшої активізації економічного співробітництва, зокрема у транспортній та енергетичній сферах. Постійний розвиток двосторонніх відносин, активізація сторонніх впливових гравців у регіоні, реалізація нових інтеграційних та інвестиційних проектів надають впевненості у перспективах подальших розвідок у даній темі.

Список використаних джерел:

1. Кравченко В. Україна–Грузія: майбутнє, сповнене невизначеності / В. Кравченко // Дзеркало тижня. – 2005. – № 11 (539).
2. Шелест Г.В. Українсько-грузинські відносини як фактор стабільності в Чорноморському басейні / Г.В. Шелест // Стратегічні пріоритети. – 2007. – № 2 (3), С. 51-57.
3. Товарообіг між Україною і Грузією зріс на 11% // Аграрне інформаційне агенство. [Електронний ресурс.] Режим доступу: <http://agravery.com/uk/posts/show/tovaroobig-miz-ukrainou-ta-gruzie-u-zris-na-11>
4. Паламарчук С. Сумісні підприємства - вид юридичної особи / С. Паламарчук // Радянське право. - 1989. - № 2. - С. 62.
5. Оценка бизнес регулирования. Рейтинг стран. // Всемирный банк. [Електронний ресурс.] Режим доступу: <http://russian.doingbusiness.org/rankings>
6. Foreign Direct Investments // NATIONAL STATISTICS OFFICE OF GEORGIA (GEOSTAT). [Електронний ресурс.] Режим доступу: http://www.geostat.ge/cms/site_images/_files/english/bop/FDI_2015-ENG%20-%20with%20cover.pdf

СКЛАДОВІ ІМІДЖУ ПОЗАШКІЛЬНОГО НАВЧАЛЬНОГО ЗАКЛАДУ

Артюхіна М.В.

канд. екон. наук, доц. кафедри менеджменту

Семенченко М.О.

студент магістратури

I курсу спеціальності «Менеджмент»

Позашкільний навчальний заклад – відкрита, пов'язана з багатьма суспільними інститутами соціально - педагогічна система, про яку дедалі частіше говорять як про сферу послуг. Позашкільні навчальні заклади сприяють гармонійному, всебічному розвитку особистості вихованця, адаптації його у суспільстві. Позашкільна освіта у загальній системі вільного часу забезпечує дітям доступ до культурних цінностей, які не вивчаються у школі, саме тут ведеться пошук шляхів оновлення змісту навчально – виховного процесу.

Формування іміджу позашкільного навчального закладу - це процес, у ході якого створюється якийсь спланований образ на основі наявних ресурсів. Метою створення іміджу закладу є підвищення конкурентноздатності, залучення інвестицій, встановлення та розширення партнерських зв'язків.

Імідж позашкільного навчального закладу складається із певного набору пов'язаних між собою компонентів: імідж керівника, імідж педагога, імідж вихованця та випускника, репутація закладу, візуальний імідж закладу.

Поняття «імідж» як і більшість наукових категорій, може трактуватися в широкому і вузькому сенсі. У широкому сенсі під іміджем розуміється поширене уявлення про сукупність природних і спеціально сконструйованих властивостей об'єкта. В той час як у вузькому сенсі під іміджем розуміється свідомо сформований образ об'єкта, який наділяє його додатковими цінностями і дає можливість продукувати ті враження про об'єкт, ставлення до нього і оцінки його, які необхідні самому творцеві.

У маркетингу існує своє визначення іміджу: «імідж (image - образ, зображення, відображення в дзеркалі) - образ, репутація, думка широкої публіки, споживачів і клієнтів про престиж організації, її продуктах і послугах, репутації керівників». Свої специфічні особливості мають імідж марки, імідж організації, імідж продукту. Імідж освітньої установи -це емоційно забарвлений образ навчального закладу, часто свідомо сформований, що володіє цілеспрямовано заданими характеристиками і покликаний чинити психологічний вплив певної спрямованості на конкретні групи соціуму.

Часто на імідж навчального закладу має вплив будинок, в якому він розташований. Заклад не може виглядати безособистісно. Керівник повинен дуже добре продумати його зовнішній вигляд. Далі слід зупинитися на соціально-психологічному аспекті сприйняття вихованцями та педагогами влаштування та кольорового оформлення навчальних кабінетів, коридорів тощо. Також на імідж установи впливають зв'язки з громадськістю, участь у міських святкових заходах, забезпечення якісного рівня знань та

результативність основної діяльності закладу. Все це впливає на формування зовнішньої складової іміджу позашкільного навчального закладу.

До внутрішньої складової іміджу позашкільного навчального закладу можна віднести: створення позитивного мікроклімату у колективі; прогресивність команди адміністрації закладу; високий рівень професіоналізму педагога; єдність навчання, виховання, фізичного розвитку; сучасна матеріально-технічна база; пропагування традицій закладу; постійний пошук нового прогресивних методик навчання та виховання; сучасна власна система виховної роботи.

Формуванню позитивного та оригінального іміджу також сприяє формування та засвоєння чітких конкретних правил-девізів, які перетворюються в традиції закладу.

Цілеспрямовано створений імідж являє собою сукупність і систему складових, які можуть вибудовуватися в рейтинговому ряду в залежності від специфіки навчального закладу та цілей його діяльності. До числа основних таких складових можна віднести - загальну популярність і репутацію, швидкість реагування на зміни запитів споживачів, інноваційний потенціал і його реалізацію, престиж освітніх програм, рекламна політика, рівень розвитку і характер зв'язків, фінансова забезпеченість, конкурентний статус. Кожна зі складових має свої критерії і показники.

Наступним завданням позашкільного закладу має бути створення таких психологічно-педагогічних умов, за якими дитина з першого дня перебування у позашкільному закладі змогла б реалізувати хоча б мінімум своїх творчих очікувань. Отримання позитивних, очікуваних дитиною та її батьками результатів позашкільної діяльності сприятиме формуванню позитивних установ щодо даної організації.

Неабияку роль у створенні іміджу відіграє висвітлення результативності досягнень в діяльності (призові місця, перемоги на конкурсах, змаганнях). Для цього треба створити спеціально оформлені стенди з грамотами, дипломами, медалями та фотографіями, власний сайт в Інтернеті та відкрити сторінку у соціальних мережах Фейсбук, Інстаграм та інших.

Немаловажними для іміджу є індивідуалізовані інформаційні документи, презентаційні матеріали: презентація колективу, візитівка, історія створення та розвиток колективу, велика добірка матеріалів з національно-патріотичного виховання.

Головна особливість іміджу сучасного позашкільного полягає в тому, що він будується на взаємній співтворчості педагогів і дітей, на їхній дружбі і духовній спільності, визнаній самостійності особистості дитини, на взаємоповазі і взаємній зацікавленості у суспільному успіхові, у результаті діяльності. Психологи довели, що співтворчість можлива тільки за сприятливих міжособистісних стосунків, духовно-психологічного комфорту. В атмосфері внутрішньої скрути і напруги дитина стає духовно біднішою, примітивнішою, ніж є насправді.

Вагомими принципами для іміджу позашкільного колективу є його індивідуалізація, добровільність, співтворчість, єдність розвитку і

саморозвитку, емоційна привабливість міжособистісних взаємин. і дитячої спільності. Оптимальне функціонування сучасного позашкільного закладу забезпечується здатністю і вмінням його працівників «притягувати таланти», залучати дітей і давати їм свободу творчості.

Отже, формування іміджу - це цілеспрямований, науково виважений процес. Формування іміджу відбувається завдяки використанню психолого-педагогічних, пізнавальних, емоційних, раціональних та художніх засобів створення позитивного образу навчального закладу, відображення в цьому образі внутрішніх, сутнісних смислів, змісту та завдань, особливостей діяльності навчального закладу.

Таким чином, для того, щоб позашкільний навчальний заклад був привабливим, мав свій неповторний образ, він повинен мати:

1. Естетичність та інформативність внутрішнього інтер'єру.
2. Сприятливі психологічно-педагогічні умови для розвитку дитини, створення творчого процесу.
3. Здатність і вміння працівників «притягувати таланти», залучати дітей і давати їм свободу творчості.
4. Висвітлення результативності досягнень в діяльності шляхом повідомлень у ЗМІ та соціальних мережах, на стендах з грамотами (призові місця, перемоги на конкурсах, змаганнях).
5. Взаємна співтворчість педагогів і дітей та батьків, їхня дружба і духовна спільність, визнана самостійність особистості дитини.
6. Заохочення максимального творчого самовираження (конкурси, змагання, огляди, виставки власних робіт, спілкування з вихованцями інших позашкільних навчальних закладів, обмін досвідом.
7. Запозичення досвіду у закордонних колег.
8. Залучення позабюджетних коштів для оновлення ресурсного забезпечення закладу .
9. Розширення простору самовираження дитини.

Саме цим повинні керуватися педагоги сучасних позашкільних закладів. Творчий процес має бути наповнений глибоким особистісним змістом і здійснюватися в обстановці симпатії і щирої теплоти.

ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ

Зінченко С.О.

студент 1 курсу магістратури
спеціальності 073 Менеджмент

Артюхіна М.В.

к.е.н., доц. каф. менеджменту

Підприємництво – є основною ланкою національної економіки, саме на ньому відбувається створення засобів виробництва і предметів споживання, воно

задовольняє потреби ринку і споживачів. Серед усієї сукупності підприємств різних рівнів найбільш поширеними в Україні є малі підприємства. Мале підприємництво відіграє важливу роль у торгівлі, сфері послуг і виробництві. Невдачі багатьох підприємств трапляються внаслідок різних причин, таких як проблеми сприяння держави, необхідність переорієнтації економіки на нові європейські стандарти. Тим не менш, найголовніші причини невдач криються саме в менеджменті.

Малий бізнес дуже різноманітний. Існує ціла низка факторів, і кожен з них в тій чи іншій мірі впливає на особливості управління конкретною фірмою. Це такі фактори, як розмір підприємства, чисельність і склад працюючих, форма власності, галузь діяльності, вид і обсяг продукції, що випускається або послуг, які надаються, організаційна структура підприємства та інші.

Практика функціонування малих підприємств показує, що в невеликому магазині, автотайстерні чи то комп'ютерному клубі немає необхідності мати фахівця-менеджера. Як правило, функції управління в маленьких фірмах бере на себе її власник. Як додаток до цього, дуже часто глава фірми сам займається фінансами, рекламою і цінами. Однак в даному випадку керівник, відмовляючись від делегування повноважень, отримує дефіцит часу саме на управлінську діяльність. Також, беручи на себе дуже багато обов'язків, керівнику важко бачити перспективи розвитку свого підприємства, що негативно позначається на результатах роботи. Таким чином, головне завдання менеджера полягає в тому, щоб визначити оптимальну систему управління для досягнення успіху.

Головним критерієм сучасної системи управління є забезпечення ефективності та конкурентоспроможності роботи підприємства. Це особливо важливо для підприємств малого бізнесу, де без дотримання цих умов важко розраховувати на успіх. Організація управління передбачає вирішення таких питань, як створення структури підприємства, а також розподіл повноважень.

По мірі росту підприємства і обсягу продажів створюється управлінська група. Вона може включати керуючого (власника фірми), агента з постачання, агента зі збуту, бухгалтера. Але навіть при такій простій організаційній структурі багато малих фірм стикаються зі складними проблемами. Як показує досвід, один з основних факторів, що спричиняють руйнування малих фірм - брак управлінських знань у власників і керуючих цих підприємств. Тому вони для виживання та ефективного функціонування в умовах жорсткої конкуренції рано чи пізно змушені вдаватися до послуг консультаційних фірм або залучати до роботи професійних менеджерів [1].

Звідси виходить, що головною вимогою до управління підприємством в умовах ринку, в особливості малим, є забезпечення його пристосованості до мінливих умов господарювання.

Для розвитку малого підприємства важливим є те, яким стилем управління керівник користується, як він виконує свої функції. Взаємини менеджера і підлеглих в малому бізнесі переважно носять досить безпосередній і відкритий характер. Як правило, розрізняють три основні стилі управління: демократичний, авторитарний та ліберальний. Хоча на практиці можна зустріти і поєднання

стилів, що часто є досить вдалим рішенням. В результаті можна виділити п'ять характерних типів управлінської поведінки: диктатор, демократ, песиміст, маніпулятор, організатор. Пітер Друкер, відомий економіст, публіцист і теоретик менеджменту, висловив таку думку: «Якщо в команді немає людини, що приймає рішення, то рішення ніколи не будуть прийняті». Менеджер-організатор – найбільш продуктивний тип менеджера. Він бере до уваги як потреби виробництва, так і інтереси і потреби колективу.

В сучасних умовах становлення і поглиблення ринкових механізмів регулювання економіки країни, малі підприємства змушені конкурувати не тільки один з одним, але і з великим бізнесом. Конкурентоспроможність будь-якому підприємству, в тому числі і малому, може забезпечити тільки раціональне управління рухом фінансових ресурсів і капіталу, що знаходиться в його розпорядженні. У зв'язку з цим з кожним роком підвищується значення фінансового менеджменту, метою якого є вироблення і застосування методів, засобів та інструментів для досягнення стратегічних і тактичних цілей діяльності фірми [1].

Необхідність чітко орієнтованих консультаційних послуг в галузі організації і ведення бізнесу – це одна з невід'ємних умов збільшення ефективності діяльності малих підприємств як на регіональному рівні, так і в масштабах країни в цілому. Існує широкий спектр необхідних консультаційних послуг для малих підприємств. Це послуги в юридичній області, області бухгалтерського обліку, фінансів, маркетингу, діловодства, людських ресурсів, стратегічних питань і питань загального менеджменту [2, с. 524].

Зараз ринок надання консультаційних послуг малим підприємствам на Україні не досить розвинутий, тому багато малих підприємств не знають, куди звернутися за одержанням тієї або іншої необхідної інформації. У зв'язку з цим необхідна державна підтримка для створення ефективною і доступною інформаційною і комунікаційною мережі, що могла б сприяти об'єднанню і подальшому розвитку вже існуючих довідково-інформаційних систем [2, с. 524].

Однією з проблем, що стримує розвиток малого підприємництва в Україні, залишається пошук джерел додаткового фінансування подальшого розвитку. Як свідчить практика, для більшості вітчизняних малих підприємств основним джерелом фінансування їх діяльності є власні кошти. Проте задовольнити потреби у фінансуванні лише за рахунок цього виду ресурсів можуть далеко не всі малі підприємства [3, с. 102].

Перелічені проблеми зустрічаються і за кордоном. Для надання більш тривалої й ефективною підтримки новим малим підприємствам створюються бізнес-інкубатори. Основною задачею бізнес-інкубатора є допомога малому підприємству на початковому етапі його функціонування, набранні необхідних сил для самостійної життєдіяльності.

У розвинутих країнах під опікою бізнес-інкубатора підприємства знаходяться 2-3 роки, потім починається їхня самостійна діяльність. За статистикою, 87% компаній, які вийшли з бізнес-інкубаторів США, залишаються в бізнесі. За словами Томаса Стродтбека, директора міжнародних програм Національної

Асоціації Бізнес-Інкубаторів: «бізнес-інкубаторство – це точка росту сучасної економіки. Інкубатори допомагають молодим компаніям стати на ноги та перетворити ідею у бізнес» [3, с. 102].

Для сприяння розвитку бізнес-інкубаторів в Україні створено Українську асоціацію бізнес-інкубаторів та інноваційних центрів. Найбільш успішними бізнес-інкубаторами України можна вважати Eastlabs, iHUB, HappyFarm, GrowthUp, Wannabiz, VoomyIT-парк та Polyteco. Але, на жаль, на шляху розвитку бракує законодавчої бази діяльності бізнес-інкубаторів. Місцеві керівники мало проінформовані про можливості даних інституцій, а у ВНЗ не впроваджено працевлаштування за методиками бізнес-інкубаторів. Також бажана більша кількість філіалів по всій країні. Проте в наших реаліях на даному етапі розвитку держави навряд чи зараз можливо розвивати дане питання.

Список використаних джерел

1. Дорофеева О. Особенности менеджмента в малом бизнесе / О.Дорофеева // Вестник научно-исследовательского центра корпоративного права, управления и венчурного инвестирования Сыктывкарского государственного университета. – 2005. – №3. – Режим доступа: <http://koet.syktsu.ru/vestnik/2005/2005-3/17.htm>

2. Ольвінська Ю. Роль менеджмент-освіти у розвитку малого бізнесу / Ю. Ольвінська // Формування ринкової економіки: зб. наук. праць. Спец. вип. Управління людськими ресурсами: проблеми теорії та практики. – 2007. – Т. 1. – Ч. II. – С. 521–527. – Режим доступу: <http://dspace.oneu.edu.ua/jspui/handle/123456789/2219>

3. Парок О. Менеджмент малих підприємств: проблеми і перспективи / О.Парок // Молодий вчений – 2016. – № 6. – С.102

4. Штырно Д. Опыт США по развитию университетских структур содействия предпринимательству / Д.Штырно// Российское предпринимательство. – 2006. – № 6.– С.186. – Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/opyt-ssha-po-razvitiyu-universitetskikh-struktur-sodeystviya-predprinimatelstvu>

МЕТОДИЧНИЙ ПІДХІД ДО ПРОВЕДЕННЯ МОНІТОРИНГУ ПРОЦЕСІВ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ ПРОДУКЦІЇ ПІДПРИЄМСТВ

Коверга С.В.

д.е.н., проф., завідувач кафедри менеджменту

Для багатьох вітчизняних підприємств ПЕК, що борються за свого споживача, залишається актуальним питання ефективності системи управління якістю продукції. Часто виникає ситуація, коли при укладенні контракту обговорюється припустимий рівень дефектності продукції, що випускається. Підвищені вимоги споживача і його освіченість в питаннях забезпечення якості змушують виробника приймати рішення з моніторингу процесів системи управління якістю, спираючись на встановлені споживачем вимоги.

Процес системи управління якістю - це процес, якому відповідає послідовність виконаних і логічно закінчених дій (операцій), що є складовою частиною загальної системи організації [1].

Дослідження практики застосування принципових положень сучасної системи якості, побудованої на базі стандарту ДСТУ ISO 9001:2001, показали, що для постійного поліпшення якості процесів і всіх видів діяльності, підприємство має планувати та впроваджувати процеси моніторингу. Вирішення даної задачі сприяє забезпеченню відповідності якості процесів і продукції встановленим вимогам внутрішнього і зовнішнього споживача.

При вивченні змісту моніторингу доцільно спиратися на трактування термінології, наведену в сучасному економічному словнику, згідно з якою під моніторингом розуміється «... контроль стану керованого об'єкта або зовнішнього середовища в режимі реального часу, що забезпечує своєчасність прийняття рішень за рахунок зниження ризику від виробничо-господарської діяльності» [2]. З даного визначення випливає, що моніторинг відноситься до управлінської діяльності. Відповідно до стандарту ISO 9000:2000 під моніторингом розуміється «... вимірювання, аналіз та поліпшення, що проводяться для демонстрації відповідності продукції, процесів або системи якості встановленим вимогам» [3]. У цьому ж стандарті зазначається, що змістом контролю є процедура оцінювання шляхом спостереження за процесами та оцінки його результату. З даних трактувань випливає, що моніторинг можна розглядати як організовану контрольну-вимірну діяльність, спрямовану на доведення того, що якість будь-якого елемента виробничої системи відповідає встановленим вимогам. Однак у змісті стандарту ДСТУ ISO 9001:2001, пункт 8.2.1 зазначено, що «Організація повинна здійснювати моніторинг інформації, що стосується сприйняття споживачами її можливостей, як одного із способів вимірювання функціонування системи якості» [3]. У даному визначенні простежується явний зв'язок між моніторингом та аудитом, змістом якого є «... аналіз та перевірка здатності підприємства, нагляд за ефективністю заходів щодо поліпшення для забезпечення якості процесів у відповідності з заданими знаннями ... » [3].

Порівняння змісту моніторингу, контролю та аудиту дозволило виділити як загальну діяльність зі збору, аналізу й узагальнення інформації про забезпечення якості та прийняття рішення про відповідність або невідповідність встановленим вимогам. Виходячи зі змісту моніторингу обґрунтовано, що він є функцією управління виробничими процесами, а також методом отримання та накопичення інформації на основі спостереження за виконанням виробничого процесу, аналізу отриманої інформації та прогнозу зміни умов організації виробництва.

У ході проведених досліджень з урахуванням сучасної парадигми якості продукції, змістом контролю є оцінка якості всіх елементів виробничої системи, прийняття рішення про відповідність встановленим вимогам і вироблення заходів щодо вдосконалення організації процесів виробництва з метою своєчасного запобігання та усунення причин дефектів і відхилень.

Для опису процесів моніторингу на кожному з етапів виробництва продукції підприємства необхідно використовувати вхідну й вихідну інформацію. Вхідна інформація включає: технічні умови, конструкторську документацію, операційні карти, специфікації тощо. Вихідна інформація включає: дані за результатами технічного контролю; звіти про внутрішні аудити та протоколи кваліфікаційної атестації працівників, оцінки якості процесів і видів діяльності і т. ін.

На основі порівняння даної інформації виробляється рішення про необхідність поліпшення організації процесів для досягнення запланованої якості [4].

Таким чином, при проведенні моніторингу формуються такі блоки інформації:

- дані про ефективність функціонування системи забезпечення якості виробничих процесів;
- статистичні дані про результати контролю якості всіх елементів виробничої системи;
- попереджувальні та корегувальні заходи, що сприяють вдосконаленню умов і факторів виробництва.

Особливістю організації моніторингу є твердження, що його результати використовуються для координації всіх елементів виробничої системи і забезпечення інформацією підрозділу підприємства для розробки напрямків удосконалення діяльності щодо забезпечення якості виробництва продукції. За результатами проведення моніторингу формується система інформації, що характеризує стан факторів і умов, які забезпечують належну якість виробничих процесів [5].

Особливої уваги потребує розробка підходу до проведення моніторингу впливу процесів та їх взаємодії на результативність ключових процесів системи управління якістю продукції підприємства (рис. 1).

Розглянемо детальніше підхід до проведення моніторингу процесів системи управління якістю продукції підприємства.

Визначаються основні, забезпечувальні та управлінські процеси. Виконується їх декомпозиція. При розгляді діяльності організації в цілому використовується представлення процесів на верхньому (першому) рівні. Наприклад, процес закупівель сировини і матеріалів для виробництва, який включає такі роботи як: планування закупівель, укладення договорів, оформлення замовлень тощо.

Кількість рівнів декомпозиції процесів визначається завданнями проекту і не повинно бути занадто великим - не більше трьох-чотирьох рівнів.

Розбиття діяльності організації на процеси рекомендується вести з урахуванням структури підприємства, що полегшує оптимізацію кількості процесу управління якістю продукції.

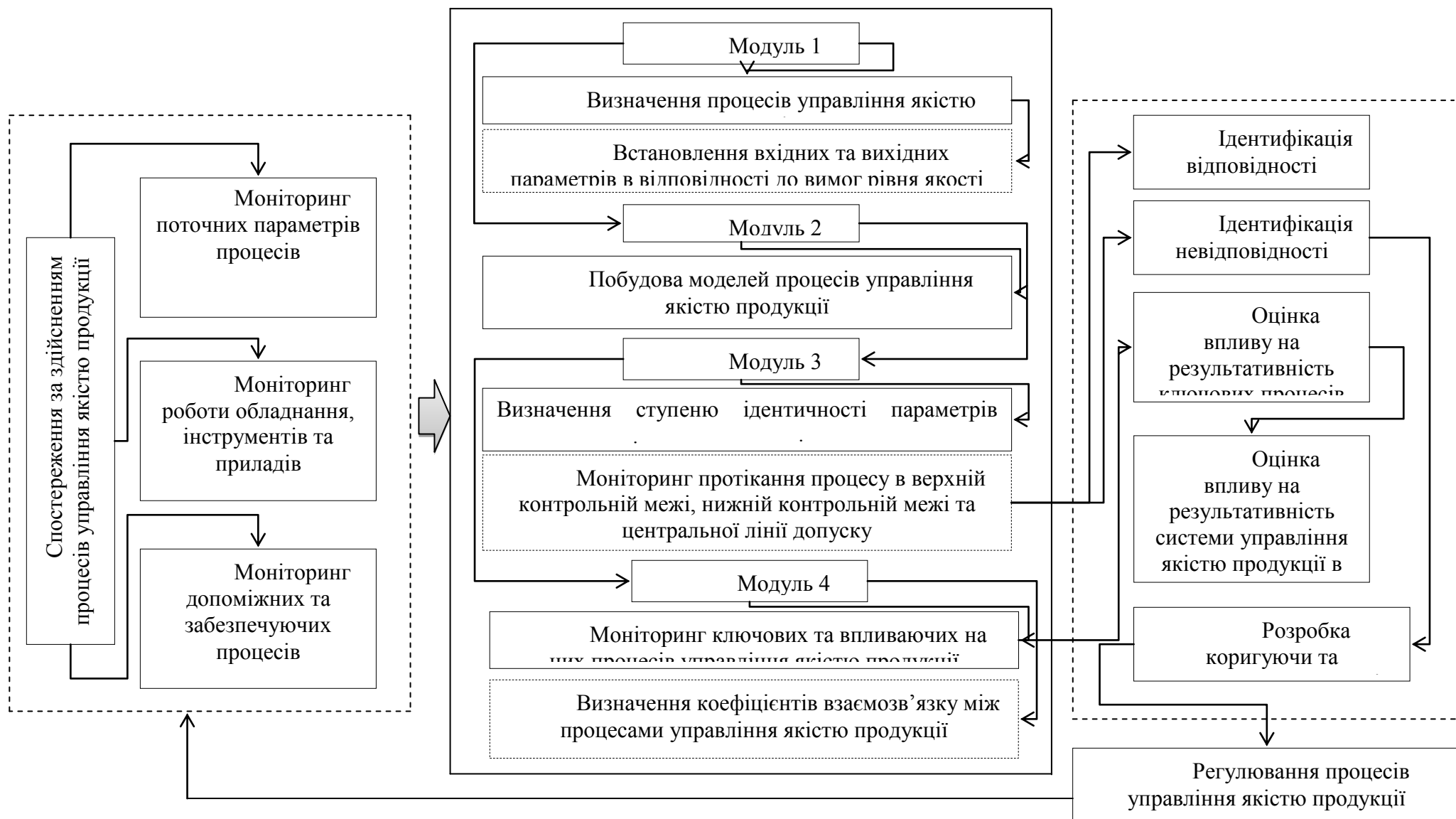


Рис. 2 Методичний підхід до проведення моніторингу процесів системи управління якістю продукції підприємств

Оскільки виходи одних процесів є входами інших, то визначення вхідних і вихідних параметрів пов'язано з процедурою визначення взаємодії між процесами.

Наявність або відсутність взаємодії між процесами визначається експертами. Маючи дані про взаємодію між процесами, можна виконати ранжування процесів за силою пов'язаності кожного з них з іншими, тобто визначити, які процеси пов'язані з найбільшим числом інших процесів. Стану і вдосконаленню цих процесів слід приділяти найбільшу увагу.

Таким чином, запропоновано підхід до проведення моніторингу процесів системи управління якістю продукції. Розроблений підхід дозволяє в реальному часі простежити за повнотою та правильністю ідентифікації вхідних параметрів процесів встановленим вимогам до рівня якості продукції.

Практична реалізація запропонованого підходу до проведення моніторингу процесів системи управління якістю продукції спрямована на своєчасність прийняття рішень щодо корегувальних та запобіжних дій у разі виникнення невідповідностей, або потенційних невідповідностей при функціонуванні процесів.

Список використаних джерел:

1. Процессы системы менеджмента качества [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.u-b-s.ru/publikacii/processy-smk.html>.
2. Пецкович М. Д. Сутність та структурна декомпозиція системи поточного контролювання підприємства / М. Д. Пецкович // Вісник Хмельницького національного університету. – 2010. – № 3. – Т. 1. – С. 143–147. – (Серія «Економічні науки»).
3. Голубков Е. П. Технология принятия управленческих решений / Е. П. Голубков. – М. : Дело и сервис, 2005. – 544 с.
4. Булей Н. В. Повышение эффективности управления машиностроительным предприятием на основе создания информационной системы мониторинга производственного процесса : автореф. дисс. на соискание учен. степени канд. экон. наук / Н. В. Булей. – Орел : ОГТУ, 2007. – 24 с.
5. Савчук В. Мониторинг текущего состояния предприятия / В. Савчук // Финансовый Директор. – 2004. – № 1.

ПРОЕКТНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ В СУЧАСНИХ УМОВАХ ЕКОНОМІЧНИХ ВІДНОСИН

Кулик Н.М

к. техн.н., доц. кафедри менеджменту

Корнієнко А. С.

студент 4 курсу спеціальності «Менеджмент»

Сучасний етап розвитку економічних відносин передбачає формування нових ринкових просторів задля уникнення взаємозгубної конкуренції та налагодження конструктивних стосунків у відкритому ринковому середовищі, що забезпечить стійке зростання і ефективне використання потенціалу

підприємницьких структур. Альтернативою експансії зовнішніх монопольних підприємницьких структур може стати комунікаційна глобалізація, в якій головне не домінування одного чи кількох полюсів, а рівноправний діалог усіх учасників в інтересах збереження видової різноманітності і свободи вибору соціально-економічних моделей управління. Суть таких перетворень полягає в тому, що різні учасники ринку функціонально пов'язуються одне з одним розгалуженими інформаційними потоками, які супроводжують процеси формування та задоволення попиту на товари/послуги.

Загалом можна окреслити ряд змін в системі менеджменту у підприємницьких структурах, серед яких слід виділити такі:

- використання єдиного інформаційно-комунікаційного простору країни для інтеграції в рамках регіональних, національних чи міжнародних структур;
- системне впровадження перспективних інформаційно-комунікаційних технологій в сфері діяльності підприємств;
- перехід від управління інформаційними ресурсами до управління інформаційним капіталом;
- зростання ролі знань в інформаційно-комунікаційних інфраструктурах на макро – та мікрорівнях;
- підвищення вагомості людського потенціалу персоналу в діяльності підприємницьких структур, акцент оцінки якого тісно ув'язується з кваліфікацією, професіоналізмом і здібностями до творчості і навчання;
- орієнтація на впровадження систем колегіального прийняття рішень із можливим залученням зовнішніх експертних знань.

Приведені зміни дозволяють нівелювати цілий ряд проблем угоджені діяльності підприємницьких структур, які неможливо було вирішити раніше. Серед цих проблем можна виділити: відмінності у масштабах діяльності; різний темп функціонування, галузеву специфіку, територіальну розмежованість тощо. У таких умовах найбільш дієвим інструментарієм угоджені діяльності і розвитку підприємницьких структур є впровадження прогресивних інформаційних систем менеджменту, які в основному базуються на широкому застосуванні методів проектного менеджменту [1].

Очевидно, що в сучасних умовах економічних відносин зусилля активних підприємницьких структур доцільно спрямувати на ефективне використання знань в управлінні і демократизацію процесів прийняття рішень.

Розгортання нових підприємницьких структур може відбуватися, наприклад, у формі споживчої екосистеми, яка функціонує у межах чітко окресленого макромаркетингового середовища, і повністю модифікуватися внаслідок появи неперервної технологічної інновації [2].

Формування нових підприємницьких структур активізує формування принципово нової парадигми їх взаємодії між собою і з зовнішнім середовищем в цілому.

Розширення сфер задіяння проектного менеджменту пояснюється наступним:

З одного боку на даний час вже природно розглядати весь ланцюг виробництва товарів/послуг в сукупності від задіяння необхідних ресурсів і до споживання і утилізації відходів. Відкриті глобальні технології управління через застосування проектного менеджменту примножують прямі і приховані вигоди підприємницьких структур.

З іншого боку через скорочення тривалості життєвого циклу товарів/послуг на підприємстві безпосереднім об'єктом управління стає багатовекторна діяльність на оперативному і тактичному рівнях, яку природно підтримувати в рамках сукупності проектів та програм. Відшуковуючи тимчасові ніші з задовільним рівнем конкурентної боротьби підприємницькі структури на ринку прагнуть розміститися найбільш комфортно. Адже турбулентність зовнішнього середовища вносить випадкові флуктуаційні зміни в діяльність підприємницьких структур, що вимагає обґрунтованого корелюючого програмно-обумовлено впливу засобами проектного менеджменту.

Нагальними завданнями інтенсифікації економічного розвитку України, для вирішення яких необхідний проектний менеджмент, залишаються такі:

- забезпечення прозорості ведення бізнесу за рахунок уніфікації та стандартизації управління діяльністю;
- підвищення відповідальності підприємницьких структур як всередині, так і в оточуючому середовищі;
- проведення модернізації та інтенсифікації всіх галузей економіки України на спільних засадах управління;
- узгодження багатовекторного розвитку підприємницьких структур різних галузей для підвищення стійкості та динамічності їх розвитку;
- підвищення стандартів якості освіти в сфері управління.

Висновки. Ефективна економіка в сучасних умовах вимагає формування розвинутого ділового середовища. Очевидно, що визначальним чинником вирішення цього завдання стане формування розподіленої інформаційної інфраструктури, як каталізатора застосування методів проектного менеджменту. Для досягнення поставленої мети пропонується сконцентрувати зусилля на вирішенні наступних завдань:

- сприяти розширенню спектру застосування методів проектного менеджменту та його адаптації до галузевих специфік;
- поширювати національну мережу знань для дистанційного навчання і консультування з використанням: активних методів навчання, методик коучингу і оцінки, обміну досвідом реалізації схожих проектів, майстер-класів фахівців з досвідом;
- сформувати сприятливу правову базу для застосування і розвитку перспективних методик управління проектами;
- розгорнути постійно діючу мережу знань експертів з метою підвищення кваліфікації фахівців і розвитку проектного менеджменту.

Зазначимо, що розвиток основних компонентів інноваційного проектного менеджменту доцільно здійснювати шляхом збалансованої інтеграції світового досвіду і національної культури управління.

Список використаних джерел:

1. Милошевич Д. Набор инструментов для управления проектами / Д. Милошевич /Пер. с англ. Мамонтова Е. В.; Под ред. Неизвестного С. И. – М. : Компания АйТи; ДМК Пресс, 2008. – 729 с.
2. Chuhraj, N.I. «Kooperencija jak strategija funkcionuvannja pidpryjemstv na rynku innovacij» Vostochno-evropejskij zhurnal peredovyh tehnologij «Yntegryrovannoe strategicheskoe upravlenye, upravlenye proektamy u programmy». No. 1/3 (43).– Kharkiv. 2010.

ПРОБЛЕМИ МОТИВАЦІЇ ПЕРСОНАЛУ СУЧАСНОЇ ОРГАНІЗАЦІЇ

Олійник Д.В.

студент 1 курсу магістратури
спеціальності «Менеджмент і адміністрування»

Артюхіна М.В.

к.е.н., доц. кафедри менеджменту

Персонал компанії є одним з провідних її активів, що дозволяють забезпечувати високі економічні результати і стійкість підприємства в умовах динамічного зовнішнього середовища. Для ефективного застосування даного активу компанії потрібно: знайти ефективні способи рекрутування «кращих» співробітників; сприяти залученості персоналу в діяльність компанії; розробити програми мотивації, що дозволяють співробітникам організацій не тільки демонструвати високу продуктивність праці, але знаходити баланс між особистим життям і роботою. В силу зростаючої конкуренції за «якісні» людські ресурси на ринку праці організації змушені виконувати ряд неспецифічних соціальних функцій. Наприклад, забезпечувати співробітникам не тільки комфортні умови праці і гідну його оплату, а й організувати дозвілля на робочому місці, допомагати вирішувати домашні справи, створювати умови для самореалізації та розвитку людини. Все частіше HR-менеджери оперують такими поняттями як «задоволення від виконання роботи», «захопливість робочого процесу», «веселощі від виконання завдань» тощо. Сучасні організації шукають нові інструменти вирішення поставлених завдань. Розглянемо гейміфікацію як один з найбільш ефективних способів мотивації персоналу.

Відомо, що основними функціями менеджменту є: планування, організація, мотивація, контроль. Для того щоб діяльність підприємства була успішна, необхідно не тільки виконувати їх, а й враховувати їх особливості. Будь-яке підприємство, організація, фірма, компанія - це люди, які виконують роботу для

досягнення основних цілей своєї організації. Для того щоб змусити людей виконувати роботу якісно, їх необхідно стимулювати і мотивувати різними способами. Таким чином, мотивація персоналу є однією з найважливіших завдань організації, яке націлено на досягнення її корпоративних цілей.

Мотивація - це одна з основних функцій менеджменту, спрямована на спонукання людей до ефективної діяльності.

В теорії існує безліч способів і методів мотивації персоналу, які ґрунтуються на змістовній і процесуальній теоріях мотивації. У сучасному світі виділяють 2 види мотивації персоналу:

- матеріальна мотивація;
- нематеріальна мотивація.

Кожен вид мотивації грає певну роль в системі мотивації, і тільки поєднання даних видів зробить систему мотивації найбільш ефективною.

Безліч компаній роблять величезну помилку не звертаючи увагу на нематеріальну мотивацію персоналу. І це дійсно фатальна помилка керівників, які вважають, що спонукати людей до праці можливо тільки грошовими заохоченнями. Однак, на думку багатьох кадрових експертів, учених і психологів, заохочення сучасної людини не повинно обмежуватися тільки окладами і преміями. Сучасне покоління людей у віці від 20 до 30 років цінує не тільки гроші, але і можливість кар'єрного росту, самореалізацію та свободу особистого часу. Таким чином, щоб задовольнити дані потреби персоналу необхідно поєднувати матеріальну і нематеріальну мотивацію.

Одним з ефективних методів стимулювання персоналу є гейміфікація. Термін був запропонований Н. Полінгом в 2002 році. Г. Зікерманн та Дж. Ліндер вважають, що гейміфіковані системи ґрунтуються на психологічних та віртуальних нагородах за певну поведінку, такі як пропозиція готівки і призів (товарів). Gartner Group стверджує, що її активне запровадження є однією з найважливіших тенденцій в інформаційних технологіях для суб'єктів господарювання. Найближчим часом ігрові сервіси, що застосовуються з метою залучення і утримання споживачів товарів або послуг, стануть стільки ж значимими для бізнесу, як і торгові майданчики та соціальні мережі.

Підтримують ідею розгляду гейміфікації як бізнес-інструменту К. Вербах і Д. Хантер, проте вони концентрують увагу на розвитку ігрового мислення, вважаючи, що гейміфікація - «гра мислення в практиці», вказуючи, що сучасний процес конструювання товарів, послуг, сервісу або внутрішніх систем організації стає елементом світу ігрового дизайну. Автори відзначають, що головне завдання гейміфікації полягає в використанні психології гри. Бажання отримати задоволення є одним з найсильніших мотиваторів, що спонукають людину захоплено і з повною віддачею займатися чим-небудь. Тому додаючи веселощів в робочий процес, використовуючи механізми гри, ігрові елементи і, перш за все, формуючи ігрове мислення можна домогтися залучення співробітників, ентузіазму у виконанні роботи, а також створити навчальне

середовище організації, яке формує новий досвід і нові способи вирішення проблем.

Резюмуючи наявні теоретичні підходи, можна стверджувати, що гейміфікація - це цілеспрямоване використання ігрових елементів для формування нового досвіду в неігрових завданнях, процесах і контексті. У цьому сенсі вона включає в себе три взаємопов'язані аспекти (елемента): 1) формування нового досвіду; 2) ігрові взаємодії (об'єкти, інструменти, які формують цей новий досвід; 3) ігровий дизайн (практика конструювання, впровадження ігрових елементів в неігрові процеси). Гейміфікація - новітній спосіб мотивації персоналу, який полягає в перетворенні рутинної роботи в особливий ігровий процес.

Даний спосіб використовується передовими американськими і європейськими компаніями. В українській практиці гейміфікація не так популярна, проте, з кожним днем рівень зацікавленості у роботодавців в цьому напрямку все більше зростає. І це не дивно, завдяки даному способу співробітники дійсно націлені на досягнення результату.

Існують фактори, що детермінують зростання інтересу бізнес-організацій до гейміфікації: по-перше, ігри - це інструмент, який демонструє високий рівень залученості. При цьому, згідно з результатами досліджень, залученість людей в ігри не падає з появою нових інформаційних технологій. Ігри поглинають інші види дозвілля, активно впроваджуються в неігрові процеси. Комерційні організації шукають можливості адаптації до своїх завдань потенціалу ігор, використання прагнення людини грати і розважатися для вирішення організаційних завдань. По-друге, символізація всіх сфер нашого життя призводить до того, що для персоналу необхідно створювати можливості отримання незабутніх вражень і унікального досвіду. Досвід гейміфікованих проектів компаній Nike, IBM, Sisco, Microsoft, Google та ін., доводить, що вона може стати одним з ефективних інструментів корпоративної культури. По-третє, відбувається зрушення покоління в складі трудових ресурсів, яке не може не відбитися на управлінні сучасною організацією. Особливості, пов'язані з соціалізацією представників покоління Y, їх висока залученість в нові інформаційні технології (перш за все, соціальні медіа, онлайн ігри), зумовлюють необхідність впровадження нових, зрозумілих цьому поколінню елементів управління і залучення в трудову діяльність.

По-четверте, відбувається швидке вдосконалення інформаційних технологій і значне їх здешевлення. Даний фактор не тільки розширює кількість організацій, здатних впроваджувати ігрові елементи і механізми в організаційні процеси (гейміфікація активно використовується не тільки в великому бізнесі, але малих і середніх підприємствах, стартапах, організаціях соціальної сфери і державних органів управління), а й дозволяє вирішувати специфічні завдання з максимальним ефектом. Наприклад, поява технологій, що дозволяють відслідковувати персональні дані та досягнення, значно вдосконалили механізми гейміфікації. По-п'яте, стимулом до активного використання

гейміфікації є розвиток нових онлайн-форм взаємодій і колективної роботи. Так, розвиток краудсорсингу в сучасних організаціях сприяє збільшенню використання ігрових елементів. Краудсорсинговий проект обов'язково включає елементи гри, ігрові механізми для підтримки драйву учасників, визначення їх персональних і групових рейтингів, для створення конкурентного середовища при вирішенні різних типів завдань. І найголовніше - прагнення до гейміфікації бізнес-процесів обумовлено зростанням потреби сучасних організацій в генеруванні інновацій як чинника забезпечення їх конкурентоспроможності. Менеджмент ідей, впроваджуваний компаніями, активно використовує ігрові елементи (конкурси, змагання, голосування та рейтинги) для генерації, відбору і систематизації ідей. Це сприяє збільшенню залучення співробітників в інноваційний процес за рахунок інтерактивності, розважальних елементів, можливості кожного співробітника не тільки внести свій вклад в розвиток організації, а й оперативно побачити оцінку цього вкладу з боку керівництва та інших співробітників. Більшість фахівців сходяться на думці, що методи гейміфікації, використані в процесі генерації ідей, формують особливу культуру залучення персоналу в робочий процес, в цінності корпоративного бренду.

ВПЛИВ ПРОЦЕСІВ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ НА МАРКЕТИНГОВУ ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ

Копитько С.

студент 1 курсу магістратури
спеціальності «Менеджмент»

Пилипенко О.С.

к.е.н., доцент кафедри менеджменту

Економічну глобалізацію потрібно віднести до числа найбільш визначних явищ у сучасному світі, сучасному економічному житті. Глобалізація є явищем мегарівня за своєю сутністю. У той же час, прояви глобалізації активно виявляються на рівні національних економік, внутрішньо-регіональному рівні та рівні окремо взятих підприємств та інших організацій [3].

Маркетингова складова управління, маркетингова діяльність у цілому реалізується, насамперед, на рівні окремої організації – підприємства, компанії, установи тощо. Маркетингова діяльність фокусується на аналізі середовища діяльності організації – ринкових та інших факторів та врахуванні їх в управлінні нею. Серед ринкових факторів основне значення відводиться споживачам.

Питанням дослідження проблем економічної глобалізації займаються різні наукові установи, урядові та неурядові організації. На науковому рівні опубліковано чимало праць, присвячених проблемам глобалізації: зокрема, можна назвати таких авторів, як О. Білоус, А. Гальчинський, В. Гесць, П. Герет,

Ч. Гіл, Ю. Макогон, Д. Лук'яненко, Р. Нельсон, Ю. Пахомов, О. Рогач, А. Філіпенко. Щодо маркетингової діяльності, то тут можна представити ряд авторів, у роботах яких розглядається вплив міжнародних факторів на маркетингову діяльність підприємств, - зокрема, І. Ансоффа, Є. Голубкова, Д. Джоббера, Ф. Котлера, Д. Кревенса, Т. Левітта, М. Портера, А. Старостіної, Дж. Траута.

Маркетингова діяльність підприємств може бути визначена як діяльність підприємств щодо вивчення їх середовища. Серед таких факторів ключовим є поведінка споживачів. Таким чином, якщо визначити вихідні моменти управлінської діяльності, пов'язані з урахуванням чинника економічної глобалізації, то вони будуть такими:

- по-перше, треба виявити лінії впливу економічної глобалізації на те ринкове середовище («ближнє коло»), в якому знаходиться підприємство: «глобалізація-споживач», «глобалізація-конкуренти», «глобалізація-постачальники» тощо;
- по-друге, треба виявити лінії впливу економічної глобалізації на діяльність держави («дальнє коло») та не інституціональні чинники зовнішнього середовища;
- по-третє, важливо бачити майбутнє, важливо прогнозувати те, що може відбуватися по лініям впливу, і важливо правильно встановлювати, оцінювати пріоритети;
- по-четверте, важливо постійно адаптувати підприємство до змін у середовищі його діяльності. Проблема адаптації підприємства до змін є багатоаспектною. Головним аспектом можна вважати маркетинговий[2].

Серед ліній впливу економічної глобалізації на діяльність підприємств пріоритетною треба вважати лінію «глобалізація-споживач». Для кожного ринку фактичне наповнення цього процесу впливу буде характеризуватися різними особливостями. Типове для всіх ринків може бути наступним:

1. Наявність схильності у споживачів приєднуватися до «загальних» стандартів споживання. Торговельно-розважальні центри не є особливістю України. Це перенесення на територію України «загальних» стандартів споживання.
2. Наявність позитивного ставлення до функції та послуг широко відомих брендів. Фактор «всесвітньої» відомості бренда відіграє суттєву роль у процесі вибору споживача. Маркетингове комунікаційне «павутиння» робить свою справу в свідомості споживача незалежно від того, у якій країні він знаходиться.
3. Усе більш активне використання Інтернет-інформації, Інтернет-можливостей як у процесі вивчення ситуації, вибору товару, послуги, так і в процесі здійснення безпосередніх покупок, оплати та отримання товарів, послуг. Споживачі схвально сприймають сучасні ІТ-технології, активно вводять їх у своє економічне життя[4].

Важливим фактором впливу глобалізації бізнесу на зміну споживчого попиту справедливо можна вважати зростання технізації у формі швидкого поширення інформаційної і комунікаційної технологій. Їх використання дозволяє створювати могутні інформаційно-комунікаційні системи, за допомогою яких усі процеси між підприємствами, торговцями, постачальниками і клієнтами можуть бути організовані і реалізовані швидше й ефективніше[2,3].

В умовах поширення глобалізаційних процесів та розвитку електронної комерції особливої уваги заслуговують саме інтернет-дослідження як прогресивний метод отримання інформації, що має високий потенціал для подальшого розвитку.

Усі методи польових інтернет-досліджень проводяться за допомогою електронної пошти, через реєстрацію на сайтах дослідницьких компаній, з використанням чату, веб-порталів. Що стосується джерел інформації, то поряд з традиційними носіями все більшого поширення набувають онлайн-ЗМІ, що підвищує оперативність та спрощує процедуру кабінетних досліджень[1].

На сучасному етапі Інтернет став не лише глобальним засобом комунікацій без територіальних і національних кордонів, але й ефективним інструментом ведення бізнесу, досліджень, впливу на аудиторію. Практика свідчить, що інтернет-технології урівнюють шанси на успіх малих і великих підприємств, тих, хто міцно закріпився на ринку, і новачків. Це стало можливим тому, що витрати на їх застосування є невеликими, використовуються доступні й фактично стандартизовані інструменти. Особливо значного поширення набуває застосування інформаційних інтернет-технологій у маркетингу як методології і практично орієнтованого інструментарію ведення бізнесу[4].

На цьому етапі розвитку світової економіки, її стрімкого зростання та впливу науково-технічного прогресу і міжнародного поділу праці зумовлюють перспективи глобалізації в подальшому. Під впливом цього процесу кожна глобальна фірма повинна застосовувати певний маркетинговий підхід, а також дотримуватися однієї з маркетингових стратегій виходу на глобальний ринок.

Список використаних джерел:

1. Бойчук І.В. Інноваційні підходи до застосування Інтернету в маркетинговій діяльності підприємств / І.В. Бойчук// Маркетинг. Менеджмент. Інновації: монографія / за ред. д.е.н., професора С.М. Ілляшенка. – Суми: ТОВ и ТД «Папірус», 2010. – с. 553-562
2. Далевська Н.М. Структурний рух глобалізації світової економіки / Н.М. Далевська// Бізнес Інформ. – 2015. - №3. – с. 8-12
3. Гриньов А.В. Управління інноваційним розвитком промислових підприємств у глобальному середовищі: монографія. / А.В. Гриньов, Т.В. Деділова – Х.: ННАДУ, 2008. – 148 с.
4. Інновації у маркетингу і менеджменті: монографія / За заг.ред. д.е.н., професора С.М. Ілляшенка – Суми: ТОВ «Друкарській дім «Папірус», 2013. – 616 с.

АКТИВІЗАЦІЯ НАВЧАННЯ МАГІСТРІВ СПЕЦІАЛЬНОСТІ "МЕНЕДЖМЕНТ"

Попова Г.В.

к.пед.н., доц. кафедри менеджменту ДДПУ

На тлі розпочатих в Україні реформувань, особливо відчутною стає проблема підготовки управлінських кадрів, здатних очолити інноваційні процеси як на загальноукраїнському рівні, так і в межах окремого товаровиробника. Країні потрібна професійно компетентна молодь, яка має розвинене інноваційне мислення, здатна прогнозувати, виважено підходити до прийняття управлінських рішень та брати відповідальність за їх наслідки, спроможна перетворити очолюваний підрозділ на команду односторонців, досягти злагодженої співпраці на загальний результат. Тож, особливої актуальності сьогодні набуває кваліфікована фахова підготовка менеджерів, зокрема в умовах магістратури, де поряд з опануванням професійними та дослідницькими компетентностями майбутні управлінці інтеріоризують цінність творчої, інноваційної діяльності, як складової управлінського фаху, оволодівають вміннями організації командної роботи, вчаться налагоджувати плідну взаємодію в груповій роботі, набувають безцінного соціального й професійного досвіду.

Усі форми організації навчально-виховного процесу майбутніх менеджерів в умовах магістратури націлені на формування професійної компетентності фахівців-управлінців. Індивідуальна робота наукових керівників з магістрантами, організація проблемно-дослідницьких груп, залучення до участі у науково-методичних семінарах, конференціях, розмаїття активних та інтерактивних методик роботи під час навчальних занять є ефективними засобами формування здатності працювати в команді, створювати оптимальне комунікативне середовище у контексті міжособистісної взаємодії в управлінській діяльності. [2; 3]. Тож, активна навчально-пізнавальна діяльність, застосування розмаїття форм і методів навчання та виховання, за участі діяльного, ініціативного, зосередженого на власному особистісному та професійному розвитку, здатного свідомо скеровувати власну навчальну діяльність студента магістратури створює необхідне підґрунтя, на якому формується нове покоління управлінських кадрів.

Запроваджена у вищій школі кредитно-модульна система органічно вбирає форми навчання традиційної лекційно-семінарської системи: лекції, семінари, практичні заняття, виробничу і переддипломну практики, консультації, курсові роботи тощо. За сучасної особистісно-орієнтованої освіти надається ціннісне значення кожній конкретній особистості, її внутрішньому світу та індивідуальним особливостям, що зумовило перенесення акцентів із традиційних інформативних, репродуктивних, монологічних форм і методів навчання на пошукові, дослідницькі, проектні, дискусійні, ігрові, моделюючі тощо. Особливо привертають увагу так звані композиції традиційних форм навчання з активними, інтерактивними

методами, що загалом створюють інноваційні, результативні підходи до організації навчання у вишах.

Традиційною і, безперечно, провідною формою навчання в магістратурі залишається лекція, посилилися лише вимоги до її організації, подання змісту навчання, вибору способів активізації суб'єктів навчання тощо. Особливо в магістратурі актуалізуються проблемне викладання матеріалу, залучення студентів до проведення лекції, орієнтація на їх особистісні, професійні інтереси, поштовх до подальшого самостійного вивчення. У цьому зв'язку наголосимо, що не доцільно категорично заперечувати традиційні підходи і замінювати їх винятково „інноваційними”; для подолання недоліків інформаційних лекцій, варто застосовувати такі їх модернізовані варіанти, як: проблемна лекція, лекція з аналізом конкретних ситуацій, лекція-візуалізація, лекція – „зведений виклад”, лекція із заздалегідь запланованими помилками тощо.

Семінарські, практичні заняття та їх комбінації сприяють здобуттю студентами магістратури досвіду застосування способів вирішення професійних завдань; майбутні фахівці вчаться опрацьовувати запропоновану інформацію, аналізувати та оцінювати її, знаходити і коригувати помилки, водночас у них розвивається творче мислення, пізнавальна й професійна мотивація.

Успішність і результативність цих форм навчання залежить від використання активних, інтерактивних методів, які сприяють самостійному активному залученню студентів до навчально-пізнавальної діяльності, активізації творчої уяви та мислення [1; 2]. Саме активні, інтерактивні методи і форми навчання забезпечують розвиток інтелектуального, творчого потенціалу особистості, високий рівень продуктивності, творення фахової діяльності та життєтворчості.

У практику проведення практичних занять повинна вжитися одна з продуктивних форм роботи – розподіл навчальної групи на „малі підгрупи”. Це дає змогу структурувати практично-семінарські заняття за формою і змістом, створює можливості для участі кожного студента магістратури в роботі за темою заняття, забезпечує формування особистісних якостей та досвіду соціального спілкування, що є важливим для подальшої професійної діяльності.

Водночас процес навчання у магістратурі з менеджменту доцільно урізноманітнювати проблемними, пошуковими (дослідницькими), активними, інтерактивними формами і методами: дискусіями, мозковими атаками, аналізом конкретних ситуацій, проектуванням, іграми, тренінгами тощо.

Отже, виходячи з власного досвіду викладацької роботи у вищій школі, можемо констатувати, що застосування активних та інтерактивних форм і методів навчання викликає щирий інтерес аудиторії, пожвавлює атмосферу на занятті, сприяє створенню діалогічної взаємодії між суб'єктами навчання, формуванню навчальної мотивації, зокрема досягається наближення теорії до практики. Водночас, магістранти навчаються опрацьовувати отриману

інформацію, застосовувати її при формулюванні та оцінці проблем, беруть участь у спільному пошуку рішень, вчаться досягати взаємопорозуміння між учасниками діалогу, виявляють творчу активність тощо.

Необхідно відзначити, що вибір методів викладачем залежить від конкретних обставин і багатьох передумов перебігу навчального процесу, серед яких: загальні цілі освіти та розвитку особистості; мета, завдання, зміст навчального матеріалу конкретного заняття; особливості методики викладання тієї чи іншої дисципліни; матеріальне забезпечення закладу освіти; можливості й особливості педагога, рівень його теоретичної та практичної підготовки, особистісні якості, педагогічна майстерність. Дійсно, єдиного підходу до відбору методів навчання не існує, перетворення якогось методу на єдино прийнятний теж не відповідає природі навчального процесу. Отже, як засвідчують педагогічна теорія, практика та власний досвід викладання у вищій школі, лише в поєднанні розмаїття методів навчання досягається максимальна їх результативність.

Список використаних джерел:

1. Блах В. С. Інтерактивне навчання як засіб підвищення ефективності підготовки менеджерів освітньої галузі в умовах магістратури / В. С. Блах // Педагогічний альманах. – 2016. – Вип. 32. – С. 200–204
2. Гриньов С. Розвиток професійної культури майбутніх фахівців проектного менеджменту в умовах магістратури / С. Гриньов // Проблеми підготовки сучасного вчителя. – 2013. – Вип. 8(2). – С. 152–158
3. Сущенко А. В. Досвід підготовки менеджерів організацій в умовах магістратури / А. В. Сущенко // Педагогіка формування творчої особистості у вищій і загальноосвітній школах. – 2015. – Вип. 45. – С. 497–504

ВПРОВАДЖЕННЯ КОНТРОЛІНГУ В ПРАКТИКУ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

Скорописова Л.І.

ст. викладач кафедри менеджменту

Аліфірінко В.В.

студент 4 курсу спеціальності

6.030601 «Менеджмент»

Для постійного розвитку підприємства, збільшення його прибутковості та конкурентоспроможності необхідний пошук шляхів удосконалення процесу управління підприємством. Насамперед це стосується оптимізації та упорядкування управлінських впливів на економічну сферу, вибору альтернативних варіантів досягнення поставлених цілей.

При цьому рівень оперативності, надійності обліку і контролю, якість аналізу фінансово-господарської діяльності підприємства повинні бути настільки високі, що виникає необхідність у створенні єдиного інформаційного

забезпечення цих функцій управління та їх інтеграції в єдину систему. І саме використання системи контролінгу допомагає ефективно і в обмежені строки досягти цього.

Більшість вчених використовують системний підхід при встановленні сутності контролінгу, інші - процесний, а окремі вчені розглядають контролінг лише як методологічну базу для прийняття управлінських рішень. Одні трактують його як систему підтримки управлінських рішень [1, с.41], інші - як систему збору інформації для підтримки процесу управління [2, с.13], треті - як філософію і спосіб мислення [3, с.5].

Думки вчених не збігаються і у визначенні набору функцій, що виконує контролінг. Одні з них вважають контролінг системою управління, наділяючи його повноваженнями приймати управлінські рішення, інші - підсистемою системи управління, що виконує сервісні функції.

Неоднакове ставлення вчених і до об'єкта застосування контролінгу. Більшість із них розглядає контролінг лише у застосуванні до підприємства в цілому.

Залишається без уваги можливість його застосування на окремих управлінських ланках та для оперативного управління.

Причини подібного різноманіття тлумачення терміна «контролінг» полягають у наступному [4 с.58]:

- історичні етапи розвитку контролінгу охоплюють досить тривалий період (з XV ст.), протягом якого пропонувалося кілька концепцій;
- власне поняття контролінгу еволюціонує з розвитком науки і техніки;
- автори різних тлумачень акцентують увагу на різних аспектах контролінгу;
- концепції розрізняються співвідношенням теоретичних обґрунтувань і прикладних досліджень.

В сучасному функціонуванні підприємств контролінг повинен посідати основне місце і забезпечувати постійний нагляд та контроль за доцільністю та правильністю ведення господарської діяльності, що дозволяє оперативно реагувати та відповідно вносити корективи в процес господарювання за умов збереження, або нарощування темпів виробництва.

Сьогодні в Україні існує практика впровадження контролінгу далеко не в усі системи управління підприємства. Основні споживачі результатів контролінгу - найвище керівництво, керівники і фахівці функціональних підрозділів підприємства.

Особливу складність у процесі впровадження контролінгу в промислове виробництво представляє змістовний розрив у розумінні контролінгу науковцями і практиками-управлінцями.

Якщо в галузі науки контролінг є концепцією координації всієї управлінської системи або гарантом раціональності управління, то на багатьох підприємствах контролінгові служби займаються в основному тим, що виправляють грубі помилки в розрахунках внутрішньо фірмових витрат та

ведуть облік отриманих результатів (в силу цього контролерів іноді називають просто «рахівниками»).

Невідповідність між науковими дискусіями з даного питання і становленням контролінгу в практиці підприємств («контролінг - це те, що робить контролер») не дозволяє ефективно застосовувати на практиці системи управління діяльністю підприємств, які б відповідали сучасним вимогам.

У зв'язку з цим необхідне переосмислення та розширення теоретичної та інструментальної бази таких основоположних функцій управління, як планування, контроль, облік і аналіз.

Застосування контролінгу означає послідовне проведення ряду кроків, ефективність кожного з яких можна оцінити відразу після його здійснення.

Це можуть бути: підготовчий етап - впровадження механізму контролінгу; етап забезпечення безперервності функціонування механізму; етап формування організаційної структури механізму; інформаційний етап механізму контролінгу; етап формування інструментарію контролінгу; аналітичний етап; дослідницький етап; заключний етап тощо.

Список використаних джерел:

1. Калайтан Т. В. Контролінг: проблеми термінології / Т. В. Калайтан// Вісник Львівської комерційної академії.- 2011.- № 30.- С. 40-44.
2. Яковлев Ю.П. Контролінг на базі інформаційних технологій : навч. пос. / Яковлев Ю.П. –К.: Центр навчальної літератури, 2006.- 318 с.
3. Чумаченко М. Г. Контролінг у дію / М.Г. Чумаченко // Економіка та держава.- 2007.- № 11.- С. 4-8.
4. Давидович І.Є. Контролінг: навч. посіб. / І. Є. Давидович - К.: Центр учбової літератури, 2008.- 552 с.

СЕКЦІЯ ОБЛІКУ І АУДИТУ

МЕТОДИЧНІ АСПЕКТИ АУДИТУ ЗАПАСІВ ПІДПРИЄМСТВА

Гончар Л.В.

к.е.н., доцент кафедри обліку і аудиту

Щеглова К.С.

студентка I курсу магістратури
спеціальності «Облік і оподаткування»

На більшості підприємств виробничі запаси займають значну питому вагу у складі витрат на собівартість готової продукції. Тому достовірна інформація про їх стан, оцінку та використання має важливе значення у системі управління підприємством для підвищення його конкурентоспроможності. Таку інформацію може забезпечити незалежна форма контролю, що носить назву аудит, під яким згідно Закону України «Про аудиторську діяльність» розуміють перевірку даних бухгалтерського обліку і показників фінансової звітності суб'єктів господарювання з метою висловлення незалежної думки аудитора про її достовірність в усіх суттєвих аспектах та відповідність вимогам законів України, положень (стандартів) бухгалтерського обліку або інших правил (внутрішніх положень суб'єктів господарювання) згідно із вимогами користувачів [3, ст. 3].

Метою аудиторської перевірки запасів є встановлення законності, достовірності та правильності їх відображення в обліку.

До основних завдань аудиту запасів належать: перевірка фактичної наявності запасів; перевірка організації складського господарства, стану збереження запасів; перевірка організації обліку заготівлі, придбання та витрачання запасів; перевірка повноти оприбуткування запасів при наявності документів, які підтверджують їх придбання; перевірка правильності визначення первісної вартості запасів при їх надходженні на підприємство; перевірка правильності оформлення надходжень та відпуску запасів; перевірка дотримання лімітів з відпуску запасів; перевірка законності списання запасів при втратах; перевірка незавершеного виробництва, правильності формування собівартості продукції; визначення правильності ведення синтетичного і аналітичного обліку запасів; оцінка повноти та правильності відображення господарських операцій із запасами в бухгалтерському обліку та звітності.

Аудиторську перевірку запасів можна поділити на три етапи: планування роботи; збір та аналіз інформації, необхідної для оцінки достовірності даних з обліку запасів і відображення їх у фінансовій звітності; узагальнення даних аудиту.

Планування аудиту є одним з головних методологічних принципів у роботі аудитора. Воно дозволяє виробити стратегію аудиту, зосередити увагу на найважливіших напрямках аудиторської перевірки, визначити засоби для

досягнення мети аудиту, а також розподілити ефективно роботу серед аудиторів.

Для проведення аудиту складається загальний план та програма аудиторської перевірки [1, с. 31].

Програма аудиторської перевірки запасів є основою детального планування часу та виконання робіт. У ньому зазначаються процедури, необхідні для виконання поставлених завдань, обсяг та термін їх виконання.

З метою одержання аудиторських доказів, аудитори використовують загальнонаукові та спеціальні прийоми документального і фактичного контролю [4, с. 98].

До спеціальних методів і прийомів аудиту відносяться, зокрема, огляд, сканування, арифметична перевірка, тестування, усне опитування, документальна перевірка, аналітичні процедури, анкетування та ін.

На наш погляд найбільш доцільними методичними прийомами, які можна застосовувати у ході перевірки запасів є: інвентаризація, обстеження, спостереження, дослідження документів, формальна, логічна, експертна, зустрічна, арифметична, нормативна та взаємна перевірка, а також хронологічний аналіз господарських операцій, опитування, оцінка документів за даними кореспондуючих рахунків, статистичні звіти, економічний аналіз.

Аудит виробничих запасів доцільно здійснювати за двома напрямками, зокрема, перевірки їх фактичної наявності та документального контролю.

Фактичний контроль аудиту запасів слід розпочати з інвентаризації.

Інвентаризацію запасів необхідно здійснювати шляхом перерахунку, вимірювання та реєстрації запасів за їх об'єктами в натурі, а також порівнянням отриманих даних з даними бухгалтерського обліку [2, с. 263]. На наш погляд основними завданнями інвентаризації запасів будуть наступні:

- виявлення фактичної наявності запасів;
- встановлення лишку або недостачі запасів шляхом зіставлення їх фактичної наявності з даними бухгалтерського обліку;
- перевірка організації складського господарства та складського обліку;
- перевірка дотримання умов та порядку зберігання запасів (протипожежні засоби, ваговимірвальні пристрої, розміщення матеріальних цінностей);
- перевірка реальної вартості запасів, що зараховані на баланс.

Документальну перевірку операцій з запасами доцільно здійснювати в такій послідовності:

- перевірка правильності оцінки запасів при надходженні та придбанні;
- перевірка повноти оприбуткування запасів та наявності документів, що підтверджують їх придбання;
- перевірка своєчасності пред'явлення претензій за якістю і кількістю запасів та за кількістю виконаних робіт і наданих послуг;
- перевірка організації контролю за зберіганням і використанням довіреностей;
- вивчення організації контролю за погашенням довіреностей;

- перевірка правильності відображення руху запасів в бухгалтерському обліку;
- перевірка правильності встановлення лімітів з відпуску запасів та дотримання їх виконання;
- перевірка фактів псування запасів;
- перевірка законності списання запасів при їх втратах;
- перевірка правильності застосування норм природного убутку при виявленні недостач;
- перевірка операцій з тарою;
- перевірка операцій, пов'язаних з обліком незавершеного виробництва;
- перевірка операцій з руху МШП;
- перевірка правильності та повноти відображення в обліку готової, відвантаженої та реалізованої продукції;
- перевірка повноти та достовірності відображення інформації про залишки запасів у звітності.

Джерелами інформації для такої перевірки є: наказ про облікову політику підприємства; первинні документи з обліку запасів; облікові регістри, що використовуються для відображення господарських операцій з обліку запасів; фінансова звітність тощо.

Робочі документи, які аудитор формує під час аудиту запасів дають можливість систематизувати, узагальнити отримані результати, зробити висновки та прогнози.

Таким чином, аудит запасів має важливе значення для суб'єктів господарювання і йому необхідно приділяти особливу увагу. Вважаємо, що розглянута методика проведення аудиту запасів дозволить використовувати найбільш раціональні підходи та ефективні методичні прийоми під час планування та здійснення перевірки, а її результати нададуть можливість керівництву підприємства мати достовірну інформацію для прийняття оптимальних управлінських рішень.

Список використаних джерел:

1. Аудит: [учеб. пособ] / под ред. к.э.н., доц. П. Н. Майданевича, к.э.н., асс. Е. И. Волошиной – Сімферополь : ЧП «Предприятие Феникс», 2008. – 700 с.
2. Бутинець Ф. Ф. Аудит / Ф. Ф. Бутинець. – Житомир : ПП «Рута», 2002. – 672 с.
3. Про аудиторську діяльність: Закон України: Затв. Постановою Верховної Ради України № 3125-ХІІ від 22.04.93 р. з наступними змінами і доповненнями [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://bit.ly/2HP1lXu>
4. Утенкова К. О. Аудит: нав. посіб. / К. О. Утенкова. – К. : Алерта, 2011. – 408 с.

АУТСОРСИНГ В АГРАРНІЙ СФЕРІ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ЙОГО РОЗВИТКУ

Дзюба М. О.

к.е.н., доц. кафедри обліку і аудиту

В останні роки аутсорсинг в аграрному бізнесі набув певного розвитку, так як сучасний етап розвитку сільського господарства характеризується пошуком нових напрямків підвищення конкурентоздатності вітчизняних товаровиробників, регіональне об'єднання яких є істотним організаційним фактором підвищення ефективності їхнього функціонування.

З появою нової стратегії інноваційного розвитку сільського господарства, виникла необхідність у прогресивних формах взаємодії між всіма учасниками агробізнесу. Рушійною силою цієї динаміки виявилися нові потреби в регулюванні взаємодії господарюючих суб'єктів на конкретній території. Процеси розвиваються в напрямку від найпростіших форм кооперації й інтеграції до формування кластерної форми організації економіки.

Динаміка процесів глобалізації впливає на розвиток аутсорсингу. Аналіз світового досвіду виявив наступні основні мотиви застосування аутсорсингу підприємствами: підвищення прибутковості бізнесу, концентрація ресурсів компанії на основному бізнесі, поліпшення доступу до ресурсів і інформації, використання передових технологій, підвищення контролю витрат і управління ними.

Поділ праці, будучи джерелом економічного росту, забезпечує перерозподіл виробників за видами спеціалізованої діяльності, де кожний має порівняльні переваги в сенсі ефективності своєї праці. У прагненні їх мінімізувати підсилюються процеси кооперації. Агропромислова інтеграція є динамічним процесом, що включає етапи розвитку від зародження до сучасного стану, істотною характеристикою якого є процес формування інтегрованих структур. При цьому процес формування інтегрованих структур носить не всеохоплюючий і спонтанний характер.

Специфікою процесу інтеграції в нашій країні стала його спрямованість «зверху вниз», що приводить до спрощеного формування інтегрованих структур, а також до виникнення негативних (соціальних і психологічних) явищ. Не можна вважати інтеграцію однозначно ефективним засобом контролю над ринком, що знижує витрати й забезпечує конкурентоздатність і розвиток підприємства. Як і будь-які інструменти контролю над ринком, інтеграційні форми мають відносну цінність: вони ефективні в одних умовах і деструктивні в інших.

На сучасному етапі набуває значимість розробка організаційно-економічного механізму узгодження інтересів учасників інтегрованих структур. В умовах зростаючої конкуренції проблеми підвищення ефективності великих агропромислових формувань набувають все більшу актуальність, все чіткіше постає питання про необхідність підвищення ефективності всіх бізнес-

напрямоків. На нашу думку, одним з можливих варіантів рішення проблем є застосування аутсорсингу. По мірі розвитку економіки, можна припустити, що цінність вертикальної інтеграції для компаній АПК буде зменшуватися, а аутсорсингових операцій - зростати.

У зв'язку з недосконалістю практики інтеграції й кооперування для рішення завдань регіонального розвитку в економічній теорії виникли концепції розвитку, що дозволяють забезпечити ефективну взаємодію всіх учасників ринкового процесу на певній території. В основі такого напрямку покладено поняття «кластер». Кластерна форма організації економіки являється об'єктивною тенденцією інтеграції і може бути базою для аутсорсингу.

Економічна й соціальна диференціація суб'єктів агробізнесу в цілому призвела до формування двополюсної структури аграрного сектора в Україні що складається, з одного боку, з величезних сільськогосподарських корпорацій, а з іншого - дрібних фермерських господарств, приватних аграрних підприємств і селянських господарств, що розрізняються по спеціалізації, охопленню ринку, мотивації економічної діяльності.

Для великих компаній АПК аграрний аутсорсинг - це можливий метод зниження витрат і спрощення організаційної структури, тобто великий бізнес при використанні аутсорсингу може зосередити ресурси на своїй основній діяльності, оптимізувати власну структуру й поліпшити управління витратами.

Великі підприємства, використовуючи гнучкість, маневреність малих агропідприємств, мають можливість підвищити ефективність свого виробництва, впровадити передові технології. Аутсорсинг поки ще недостатньо розповсюджений у практиці функціонування великих агропромислових формувань, але це не знижує його перспективності в плані підвищення їхньої конкурентоздатності.

Малим і середнім формам господарювання в агробізнесі необхідно знайти своє місце на новому етапі розвитку конкуренції. Один з методів - запропонувати себе як стратегічних партнерів для великих компаній. Інший метод - залучати для рішення завдань свого розвитку зовнішніх виконавців шляхом передачі останнім для виконання потрібних, але непрофільних для себе робіт, тобто використовувати аграрний аутсорсинг для рішення поточних проблем. Таким формам господарювання в агробізнесі дуже складно використати весь комплекс необхідних економічних і виробничих функцій (маркетинг, ремонт техніки, бухгалтерський облік і т.д.).

В цілому можна констатувати, що в українському агробізнесі склалися передумови формування системи субконтрактації й окремих форм аграрного аутсорсингу. Головними причинами, які стримують розвиток аутсорсингових процесів в агропромисловому комплексі є відсутність інформації, відсутність розвиненої ринкової інфраструктури, що підвищує трансакційні витрати малих і середніх підприємств АПК і стримує їхній розвиток.

Список використаних джерел:

1. Аникин Б.А. Аутсорсинг и аутстаффинг: высокие технологии менеджмента: учеб. пособие / Б.А. Аникин, О.В. Ильин. – М: ИНФРА-М, 2007.– 187 с.
2. Бравар Ж.-Л., Морган Р. Эффективный аутсорсинг. Понимание, планирование и использование успешных аутсорсинговых отношений. М.: Баланс Бизнес Букс, 2007. — 475 с.
3. Гавриленко К. Аутсорсинг як інструмент зниження витрат у системі стратегічного управління / К. Гавриленко // Актуальні проблеми економіки. – 2009. – 1 (91). – С. 104-109.
4. Заводовська І.І. Передумови та перспективи розвитку сучасного бізнесу на основі аутсорсингу [Електронний ресурс] / І.І. Заводовська // Культура народів Причерномор'я. – 2006. – № 80. – С. 43-45.
5. Зозульов О. Аутсорсинг як інструмент підвищення конкурентоспроможності вітчизняних підприємств в умовах глобалізації / О. Зозульов // Економіка України. – 2009. – № 8. – С. 16-24.

СКЛАДОВІ ТУРИСТИЧНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ СЛОВ'ЯНСЬКОГО РАЙОНУ ДОНЕЦЬКОЇ ОБЛАСТІ

Коніщева Н. Й.,

д.е.н., проф. кафедри обліку і аудиту,
академік Академії економічних наук України

Розвиток туризму та курортів пов'язаний з діяльністю 50 галузей, сприяє зростанню зайнятості. В світі кожне одинадцяте робоче місце припадає на сферу туризму. Діяльність суб'єктів господарювання в сфері туристичної індустрії та бізнесу дозволяє відносно швидко створювати нові робочі місця, розвивати малий та середній бізнес, збільшувати надходження до всіх видів бюджетів. Згідно зі Стратегією розвитку туризму та курортів на період до 2026 року, схваленою розпорядженням Кабінету Міністрів України від 16.03.2017 р. № 168-р, туризм визначено одним з основних пріоритетів держави [2].

Слов'янський район Донецької області є туристично привабливим регіоном. Він володіє різноманітними природними, історичними, культурними, лікувально-оздоровчими та іншими ресурсами, на основі яких можливо розвивати різні види туризму.

Дуже привабливим і перспективним є розвиток лікувально-оздоровчого туризму. Бальнеологічне значення мають Слов'янські солоні озера, лікувальні грязі та джерела мінеральних вод, Слов'янський курорт державного значення, якому виконалось 190 років. Унікальні природні лікарські властивості має соляна шахта в місті Соледар Бахмутського району, де функціонує всесвітньо відомий спелеологічний санаторій.

Слов'янській район має значні ресурси для розвитку релігійного туризму. На його території розташована духовна святиня світового значення –

Святогірська Свято-Успенська Лавра. Крім цього, там зареєстровано 28 релігійних громад, з них 16 православних, одна мусульманська, дві євангелійської віри, іудеїв.

Район має дуже цікаві культурно-пізнавальні ресурси: майже 60 закладів культури, серед яких Святогірський державний історико-архітектурний заповідник, Музей української народної архітектури та побуту в селі Прелесне (єдиний в східному регіоні України), краєзнавчий музей у м. Слов'янську. Налічуються більше 80 пам'ятників історії, культури, монументального мистецтва, архітектури. Протягом багатьох років проводяться археологічні експедиції, завдяки яким поповнюються експозиції різних музеїв.

Функціонують більше 200 колективів художньої самодіяльності, з яких п'ять мають звання «народних». Регулярно проводяться всеукраїнські акції, фестивалі, молодіжні конкурси, ярмарки, народні свята на Івана Купала, Новий рік, Різдво тощо. В районі розвинені різні види народних мистецтв: декоративна кераміка, художнє ковальство, лозоплетіння, писанкарство, витинанки, аплікації з соломки, деревообробка, флористика.

Багаті природні ресурси Слов'янського району мають світове та всеукраїнське значення. По території району протікають 12 річок загальною довжиною 200,7 км. По заплаві річки Сіверський Донець проходить зелена зона відпочинку. Водне дзеркало ставків складає 1200 га. Площа лісів досягає 14,8 тис. га. Це 11,62 % загальної території району.

Національну цінність представляють такі заповідні зони, як Національний природний парк «Святі гори», який входить до Європейської асоціації природних парків, орнітологічний заповідник «Приозерний», природний заповідник «Крейдяна флора» тощо.

На їх території зберігаються багато ендеміків, знаходяться гніздові колонії птахів, занесених до Червоної книги. Тому ці заповідні зони є привабливими для орнітологів, біологів та ботаніків з усього світу.

Вважаючи, що на території району знаходяться 42 сільських населених пункти, а також мається ресурсна база щодо розвитку рибалки, мисливства, збору лікарських трав, грибів, в найближчий час можливе інтенсивне формування осередків сільського та екологічного (зеленого) туризму. В районі створені ферми з розведення страусів, перепелів та павичів.

Виходячи з пріоритетів соціально-економічного розвитку міста Святогірська, норм навантажень на природні та лікувально-рекреаційні ресурси, можливостей туристичної інфраструктури міста (транспорт, готельний фонд, розвиток ресторанного господарства, комунального господарства тощо), а також ресурсної бази, визначаються вектори та напрями розвитку туризму, запропоновано створити у місті спеціалізований структурний підрозділ.

В сучасних умовах актуалізується пошук резервів та механізмів більш ефективного використання власних ресурсів для забезпечення динамічного соціально-економічного розвитку регіону (міста, району, області) задля підвищення рівня та якості життя населення.

Одним з таких ресурсів має стати розвиток туристичного бізнесу. Його активізація дозволить підвищити якість різного роду послуг та рівень обслуговування туристів, екскурсантів, місцевих мешканців, отримати додаткові надходження податків в бюджети різного рівня за рахунок створення нових робочих місць, розширення переліку туристичних та готельно-ресторанних послуг, удосконалення міської туристичної, транспортної, логістичної, інституціональної та соціальної інфраструктури.

Список використаних джерел

1. Про затвердження Державної стратегії регіонального розвитку на період до 2020 року: постанова Кабінету Міністрів України від 6.08.2014 р. № 385 // офіційний вісник України. – 2014. – № 70. – Ст. 1966. – С.23 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/385-2014-%DO%BF>.
2. Про схвалення Стратегії розвитку туризму та курортів на період до 2026 року: Розпорядження Кабінету Міністрів України від 16.03.2017 р. № 168-р // Офіційний вісник України. – 2017. – № 26. – Ст. 752.
3. Коніщева Н.Й. Підвищення якості туристичних послуг шляхом створення спеціалізованих комунальних підприємств у туристично привабливих містах / Н.Й. Коніщева, В.О. Власов, С.С. Ткачова // Туристичний та готельно-ресторанний бізнес в Україні: проблеми розвитку та регулювання: VIII міжнар. наук.-практ. конф., Черкаси, 23–24 березня 2017 р. – Т. 1. – Черкаси: Черкаський держ. технологічний ун-т, 2017. – С. 32–36.

ВИЗНАННЯ ТА ОЦІНКА ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ В СИСТЕМІ ОБЛІКУ ТА КОНТРОЛЮ ПІДПРИЄМСТВА

Малахова А.В.

к.е.н., доц. кафедри обліку і аудиту

Сідаш К.А.

студентка I курсу магістратури
спеціальності «Облік і оподаткування»

Необоротні активи підприємства, зокрема його основні засоби, є основою господарської діяльності підприємства, одним із ключових елементів процесу виробництва продукції, а отже, одним із найважливіших об'єктів обліку і звітності, що характеризує загальний майновий стан підприємства, його економічний потенціал та інвестиційну привабливість.

Підхід до тлумачення оцінки як до процесу вимірювання вартості об'єктів бухгалтерського обліку і як до процесу створення якісних характеристик облікової інформації втілено у двох принципах підготовки фінансової звітності, сформульованих у Законі України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» [1] та в П(С)БО 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності»

[2]. Це принципи історичної (фактичної) собівартості та обачності. Принцип історичної (фактичної) собівартості визначає пріоритет оцінки активів, виходячи з витрат на їх виробництво та придбання. Принцип обачності передбачає, що в бухгалтерському обліку повинні застосовуватися методи оцінки, які запобігають заниженню оцінки зобов'язань та витрат і завищенню оцінки активів та доходів підприємства.

Основні засоби використовуються у діяльності практично всіх підприємств і є особливою частиною майна підприємства, яка використовується у якості засобів праці при виробництві продукції (робіт, послуг) або для управлінських потреб підприємства протягом тривалого часу.

Відповідно до П(С)БО 7, основні засоби – це матеріальні активи, які підприємство утримує з метою використання їх у процесі виробництва або для постачання товарів, надання послуг, здавання в оренду іншим особам, або для здійснення адміністративних і соціально-культурних функцій, очікуваний строк корисного використання (експлуатації) яких більше одного року (або операційного циклу, якщо він довший за рік) [3].

Одним з основних критеріїв визнання необоротних матеріальних активів є можливість достовірного визначення їх вартості, тому дослідження поняття оцінки активів в бухгалтерському обліку та методики її проведення для основних засобів є важливим.

Оцінка необоротних активів – це грошове вираження первісної (облікової, інвентарної) вартості об'єктів, які згодом будуть прийняті в бухгалтерському обліку в якості основних засобів, в тому числі земельних ділянок і об'єктів природо-користування, продуктивної і робочої худоби, а також нематеріальних активів [6].

До проблемних питань, пов'язаних з оцінкою основних засобів належать: неврегульованість понять справедливої, залишкової вартості законодавством України, розбіжності при віднесенні витрат до первісної вартості активів у бухгалтерському та податковому обліку тощо, які порушують об'єктивність бухгалтерської інформації.

Розглядаючи проблему оцінки основних засобів, слід вирішити два основних питань: на який момент її встановлювати і на якому рівні. Оцінка може бути встановлена: на дату придбання (первісна вартість), на поточний момент (відновлювальна вартість) і на майбутнє.

Слід зазначити, що існують певні недоліки у зв'язку з визначенням вартості основних засобів. Як уже було сказано, П(С)БО 7 передбачає три види оцінок: первісна, переоцінена і ліквідаційна, визначення яких наведено у п. 4 цього стандарту. Однак у тексті стандарту згадується термін «залишкова вартість». У міжнародному обліку особливе місце займає поняття «справедливої вартості», оцінку за цією вартістю використовують і в українській обліковій практиці. За справедливою вартістю оцінюються основні засоби, які надходять на підприємство як внесок до статутного капіталу, при безоплатному отриманні об'єкта тощо, але визначення цього поняття не наведено в П(С)БО 7 «Основні

засоби», тільки в П(С)БО 19 «Об'єднання підприємств». Ці невизначеності можуть призвести до суттєвих помилок в обліку. Відповідно до МСБО 16, балансова вартість – це сума, за якою актив визнають після вирахування будь-якої суми накопиченої амортизації та накопичених збитків від зменшення його корисності [4, п. 6]. Отже, виходячи з цього балансова вартість та залишкова вартість – це аналогічні поняття, тому в українському бухгалтерському та податковому законодавстві слід врегулювати це питання, вибравши для використання міжнародне поняття – балансова вартість.

Список використаних джерел:

1. Великий тлумачний словник сучасної української мови / Уклад. і голов. ред. В.Т. Бусел. – К.; Ірпінь: ВТФ «Перун», 2002. 1440 с.
2. Лангазова В.В. Проблемні питання оцінки основних засобів та інших необоротних матеріальних активів / В.В Лангазова // Вісник Луганського національного аграрного університету. – № 2. – 2010. – С. 16–23.
3. МСБО №16 «Основні засоби» від 1982р. зі змінами від 01.01.2009 р. // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.minfin.gov.ua/>.
4. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності»: Наказ Міністерства фінансів України від 27 квітня 2000 р. №92 // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/>.
5. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 7 «Основні засоби»: Наказ Міністерства фінансів України від 27 квітня 2000 р. №92 // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/>.
6. Про бухгалтерський облік та фінансову звітність: Закон України від 16 липня 1999 року № 996-XIV // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/>.
7. Сейон В.С. Оцінка основних засобів в українській та угорській обліковій практиці / В.С.Сеймон // Вісник Хмельницького національного університету. – 2010. – № 4. – С. 96–101.

**ПОРЯДОК ОЦІНКИ ВАРТОСТІ ТА ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ
ПІДПРИЄМСТВА**

Малахова А.В.

к.е.н., доц. кафедри обліку і аудиту

Трохимчук Ю.В.

студентка I курсу магістратури
спеціальності «Облік і оподаткування»

За сучасних умов господарювання більшість підприємств зіштовхнулися із необхідністю достовірного визначення вартості підприємства в будь-який момент часу. Вартість підприємства слід вважати об'єктивною величиною, яка встановлюється у відповідний час і в певному просторі, за якою може бути здійснена угода купівлі-продажу на активному ринку, що розраховується на

основі сукупного використання облікової та ринкової інформації. Відповідно, окремої уваги вимагають проблеми визначення складу інформаційної бази, яка виступає основою для проведення економічного аналізу, результати якого дозволять визначити вартість підприємства.

До найбільш розповсюджених цілей оцінки бізнесу Компанія «BGT consulting», яка займається в Україні наданням послуг з оцінки малого бізнесу; оцінки бізнесу корпоративних клієнтів; оцінки бізнесу структурованих підрозділів, відносить [5]:

- реструктуризація підприємства (ліквідація, злиття, поглинання, виділення і так далі);
- визначення поточної ринкової вартості підприємства в разі його часткової, або повної покупки або продажу, при виході одного або декількох учасників тощо;
- визначення вартості цінних паперів підприємства, паїв, часток в його капіталі у випадках проведення різного роду операцій з ними;
- визначення кредитоспроможності підприємства і величини вартості застави при кредитуванні;
- визначення ринкової вартості майна при проведенні страхових операцій;
- оподаткування підприємства (при визначенні бази оподаткування можлива оцінка підприємства);
- переоцінка активів підприємства для цілей бухгалтерського обліку;
- внесення в статутний капітал майнових вкладів засновників;
- викуп акцій у акціонерів;
- оскарження судового рішення про вилучення власності;
- визначення величини орендної плати при здачі бізнесу в оренду;
- підвищення ефективності управління підприємством;
- обґрунтування інвестиційного рішення;
- розробка плану розвитку (бізнес-планування);
- емісія цінних паперів;
- інші цілі.

Вирішення вищезазначених цілей можливо досягти, якщо на початковому етапі проведення аналізу встановити перелік необхідної інформації та джерела її отримання.

Регулярність формування на підприємстві фінансової звітності дає можливість проводити аналіз оперативно, без витрачання додаткових зусиль на пошук інформації. Окрім перерахованих форм, необхідно мати додаткову інформацію про підприємство, яку не завжди можна виділити з фінансової звітності. Зміст та обсяг інформації визначається характерними особливостями галузі або конкретного підприємства [4, с. 410].

Для оцінки вартості підприємства в сучасних умовах розвитку світової економіки недостатнім є використання традиційної фінансової звітності. Необхідно доповнити класичні форми фінансової звітності показниками не фінансового характеру, які надаватимуть інформацію про фактори, що

впливають на створення вартості підприємства, однак залишаються поза системою бухгалтерського обліку.

Ряд дослідників також зосереджує увагу на необхідності чіткого встановлення інформаційного забезпечення та бази для проведення комплексного економічного аналізу, зокрема автори зауважують, що для проведення економічного аналізу використовуються різні джерела інформації, які можна згрупувати в такий спосіб (табл. 2) [1, с. 68–70].

Таблиця 2

Джерела інформації для проведення економічного аналізу

<i>Джерела інформації</i>	<i>Склад інформації</i>
Джерела звітнього характеру	Включають документи бухгалтерського, статистичного й оперативного обліку й звітності. Важливе значення для аналітичної роботи мають дані, відбиті в облікових регістрах, оборотних відомостях, картках і книгах обліку, у первинних документах (вимогах, нарядах, накладних)
Нормативні документи й дані планів	Належать всі види планів, розроблених підприємством (перспективні, поточні, оперативні, бізнес-плани, плани-графіки виробництва), технологічна документація (технологічні процеси, карти нормування), а також норми й нормативи витрати матеріалів, трудових процесів, кошторису, цінники
Необлікові джерела інформації	Включають офіційні нормативні документи, які підприємство використовує у своїй діяльності – Закони України, Укази Президента, Постанови Уряду й місцевих органів влади; матеріали, акти, підсумки внутрішнього й зовнішнього аудиту, внутрішньовідомчих і позавідомчих ревізій, перевірок діяльності податкової службою, кредитними установами; господарсько-правові документи (договори); технічна й технологічна документація; спеціальні спостереження (хронометражі); доповідні записки, переписки з контрагентами; реклама

Компанія «BGT consulting» наводить наступний перелік документів, необхідних для оцінки бізнесу (оцінка малого бізнесу; бізнесу корпоративних клієнтів; структурованих підрозділів) [5]:

- Статут;
- Свідоцтво про реєстрацію;
- копії проспектів емісії;
- копії звітів про підсумки випуску коштовних паперів (для акціонерних підприємств);
- дані бухгалтерської звітності за останніх 3–5 років;
- бухгалтерський баланс;
- звіт про фінансові результати, якщо проводилася аудиторська перевірка, то останній висновок аудитора;
- при необхідності оцінювачами можуть бути запитаний додатковий пакет документів.

При цьому кожен суб'єкт господарювання враховуючи специфіку галузі до якої відноситься підприємство, організаційно-правової форми створення, розміру, форми власності, стратегічних цілей тощо, має самостійно формувати склад відповідної інформаційної бази та інструментарію для проведення економічного аналізу.

Важливою умовою отримання достовірної економічної інформації для проведення економічного аналізу і визначення вартості підприємства, є наявний кадровий потенціал. Наявність на підприємстві кваліфікованих фахівців – аналітиків, обліковців, управлінців, маркетологів, які володіють потрібними знаннями, прийомами, вміють дати запит та перевірити сформований пакет документів, – є запорукою досягнення поставлених цілей.

Список використаних джерел:

1. Економічний аналіз і діагностика стану сучасного підприємства: Навч. посібн. / [Т.Д.Костенко, Є.О.Підгора, В.С.Рижиков та ін.]. – Київ: Центр навчальної літератури, 2005. – 400 с.
2. Казакова Н.А. Экономический анализ в оценке бизнеса: Учеб.-практ. пособ. / Н.А.Козакова. – М.: Дело и Сервис, 2011. – 288 с.
3. Мних Є.В. Економічний аналіз діяльності підприємства: підручн. / Є.М.Мних. – К.: Київ. нац. тогр.-екон. ун-т, 2008. – 514 с.
4. Мошенський С.З. Економічний аналіз: Підручн. / С.З.Мошенський, О.В.Олійник. / [за ред. д.е.н., проф. Ф.Ф.Бутинця] / [2-ге вид., доп. і перероб.]. – Житомир: ПП «Рута», 2007. – 704с.
5. Компанія «BGT consulting» // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.bgt.in.ua/uk/otsenka-biznesa.html>.

ОСНОВНІ АСПЕКТИ ОБЛІКУ ПРОКАТНИХ ФОНДІВ В ІНШИХ КРАЇНАХ

Малахова А.В.

к.е.н., доц. кафедри обліку і аудиту

Щербініна О.О.

студентка I курсу магістратури
спеціальності «Облік і оподаткування»

Діяльність суб'єктів господарювання, які надають послуги прокату, розпочинається з придбання предметів, які утворюють прокатний фонд, і не може тривати без їх використання. В Україні предмети прокату кваліфікуються як інші необоротні матеріальні активи і, таким чином, бухгалтерський облік їх аналогічний обліку основних засобів.

Враховуючи специфіку економіки країн світу, однотипні господарські операції відображають в бухгалтерському обліку різних країн по-різному. Це стосується і предметів, які надаються у тимчасове користування фізичним і юридичним особам, тобто предметів прокату. Організація й методика їх обліку

та внутрішньогосподарського контролю залежить насамперед від того, до якої групи активів їх включають: основні засоби, інші довгострокові активи, товарно-матеріальні цінності, інвестиції.

В практиці провідних західних країн та США для позначення різноманітних угод, заснованих на передачі майна в користування на визначений термін, використовується термін «лізинг». За своєю сутністю «вітчизняний прокат» близький до оперативного лізингу, метою якого є надання об'єкту лізингу клієнту для задоволення певної потреби впродовж нетривалого часу. Порядок відображення в обліку оперативного лізингу на міжнародному рівні регулюється МСБО 17 «Лізинг» [7], а в США – Стандартом фінансового обліку 13 «Облік лізингу» [16]. Проте, що стосується підходу до обліку власне майна, яке передається в оперативний лізинг, зазначено лише в загальному, що воно відображається поряд з іншими основними засобами в балансі підприємства відповідно до його характеру.

У Російській Федерації активи, які призначені виключно для передачі за певну плату в тимчасове володіння та/або користування з метою отримання доходу, в тому числі і предмети прокату, включають до складу необоротних активів, зокрема, доходних вкладень у матеріальні цінності. Для відображення в обліку предметів прокату використовують рахунок першого розділу плану рахунків 03 «Доходні вкладення в матеріальні цінності». Предмети прокату, які не відповідають критеріям визнання основних засобів на рахунку 03 «Доходні вкладення в матеріальні цінності» не відображаються. Один із таких критеріїв – вартісний. У залежності від прийнятої на підприємстві облікової політики предмети прокату можуть кваліфікуватися як матеріально-виробничі запаси, якщо вони є малоцінними, тобто їх вартість знаходиться в межах ліміту (не більше 40000 рублів за одиницю). У такому випадку предмети прокату відобразатимуть в другому розділі плану рахунків на рахунку 10 «Матеріали».

У Білорусії порядок відображення в бухгалтерському обліку предметів прокату ідентичний до використовуваного у РФ, зокрема, можливість встановлення підприємством вартісного ліміту (в межах базових величин за одиницю) для розмежування їх на основні засоби (доходні вкладення в матеріальні цінності) та засоби в обігу. Відповідно до типового Плану рахунків Республіки Білорусь предмети прокату обліковують на рахунку 41 «Товари», субрахунок 416 «Предмети прокату». Такий порядок обліку відповідає тому, що затверджений в нормативно-правових актах Узбекистану. Згідно Інструкції із застосування Плану рахунків бухгалтерського обліку предмети, призначені для передачі на прокат, незалежно від їх вартості та терміну корисного використання не відносять до необоротних активів, а включають до складу поточних активів. Їх кваліфікують як товари та відображають на рахунку 2940 «Предмети прокату».

У Молдові в Національному стандарті бухгалтерського обліку 16 «Облік довгострокових матеріальних активів» [9] прописано, що предмети прокату не

відносять до складу основних засобів, а відображають як інвестиції або товарно-матеріальні цінності.

Одним з найважливіших питань у вивченні зарубіжного досвіду обліку предметів прокатного фонду є вивчення підходів різних країн щодо порядку віднесення вартості таких предметів на витрати підприємства. Як показали дослідження, для вирішення цього питання застосовують два основних способи: або шляхом нарахування амортизації, або шляхом одноразового списання вартості предмету прокату на витрати.

У США вартість тих об'єктів, які передаються у тимчасове користування, так як вони є довгостроковими, відноситься на витрати частинами (поступово) шляхом нарахування амортизації, в чому й полягає їх відмінність від поточних активів [5]. В Україні ж встановлюються обмеження. В П(С)БО 7 зазначено, що амортизація предметів прокату нараховується за двома методами із п'яти, передбачених чинною нормативно-правовою базою: прямолінійним і виробничим [13].

У Китаї предмети, одинична вартість яких менша 5000 юанів, а термін користування менший одного року, розглядаються як періодичні витрати. Якщо ж зазначені вимоги дотримуються, то знос обчислюється рівномірним способом і застосовується на груповій основі [6].

Раціональне використання та збереження предметів прокатного фонду залежить від документального оформлення, організації їх аналітичного обліку, оперативного обліку предметів у прокаті та ефективності системи внутрішньогосподарського контролю при придбанні, передачі та списанні таких предметів. Безумовно, одним з найважливіших способів здійснення внутрішнього контролю, як в Україні, так і закордоном, є інвентаризація наявності предметів прокату. Її проведення регламентується нормативно-правовими актами кожної країни.

Основою для успішної реалізації заходів щодо удосконалення вітчизняної практики обліку предметів прокату є врахування досліджених особливостей обліку цих предметів у зарубіжних країнах. Зокрема, пропонуємо підхід, скомбінувавши російський і молдовський досвід обліку, який полягає у: розмежуванні предметів прокату в залежності від очікуваного терміну їх служби; включенні оборотних предметів прокату до складу швидкозношуваних предметів, що враховувало би їх специфічний характер як предметів, що неодноразово беруть участь у наданні послуг прокату; віднесенні вартості предметів прокату, з терміном служби менше одного року, на витрати шляхом рівномірного нарахування амортизації.

Список використаних джерел:

1. Альбом унифицированных форм первичной учетной документации по учету бытовых услуг населению и Инструкция о порядке заполнения унифицированных форм первичной учетной документации по учету бытовых услуг населению : утверждены постановлением Министерства торговли Республики Беларусь от 22 января 2007 г. № 6 (с изменениями) // [Електронний

ресурс]. – Режим доступу: <http://www.levonevski.net/pravo/razdel8/num1/8d15814.html>.

2. Грачова Р. Порівнюємо основні засоби у МСФЗ і в П(С)БО / Р. Грачова // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.dtkk.com.ua/show/1cid02797.html>

3. Инструкция по применению плана счетов бухгалтерского учета финансово-хозяйственной деятельности организаций : утверждена приказом Минфина России от 31 октября 2000 г. № 94н (с изменениями) // [Электронный ресурс]. – Режим доступу: http://www1.minfin.ru/common/img/uploaded/library/no_date/2007/prikaz311000n94n.pdf.

4. Инструкция по применению Плана счетов бухгалтерского учета финансово-хозяйственной деятельности хозяйствующих субъектов : утверждена приказом Минфина Республики Узбекистан от 09 сентября 2002 г. № 103 (с изменениями) // [Электронный ресурс]. – Режим доступу: http://fmc.uz/legisl.php?n=21_2.

5. Качалин В. В. Финансовый учет и отчетность в соответствии со стандартами GAAP / В.В.Качалин. – М.: Дело, 1998. – 432 с.

6. Лучко М. Р. Бухгалтерський облік у зарубіжних країнах: [Навч. посібн.] / М.Р.Лучко, І.Д.Бенько. – К.: Знання, 2006. – 311 с.

7. Міжнародний стандарт бухгалтерського обліку 17 «Лізинг» // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/929_018.

8. Міжнародний стандарт бухгалтерського обліку 40 «Інвестиційне майно» // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/929_026

9. Национальный стандарт бухгалтерского учета 16 «Учет долгосрочных материальных активов»: утвержден приказом Минфина Республики Молдова от 03 марта 2000 г. № 32(с изменениями) // [Электронный ресурс]. – Режим доступу: http://www.mf.gov.md/common/actnorm/contabil/standarts/NSBU_16.doc

10. Об утверждении норматива начисления износа на предметы культурно-бытового назначения и хозяйственного обихода, выдаваемые населению напрокат: утверждено приказом Белорусского государственного объединения организаций бытового обслуживания населения от 09 января 2002 г. № 6 (с изменениями) // [Электронный ресурс]. – Режим доступу: <http://pravo.levonevsky.org/bazaby11/republic41/text084.htm>.

11. План счетов бухгалтерского учета финансово-хозяйственной деятельности организаций: утвержден приказом Минфина России от 31 октября 2000 г. № 94н (с изменениями) // [Электронный ресурс]. – Режим доступу: http://www1.minfin.ru/common/img/uploaded/library/no_date/2007/prikaz311000n94n.pdf

12. Положение по бухгалтерскому учету «Учет основных средств» ПБУ 6/01: утверждено приказом Минфина России от 30 марта 2001 г. № 26н (с

изменениями) // [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.zakonprost.ru/help/pravila-buh/87547>.

13. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку №7 «Основні засоби»: затв. наказом Міністерства фінансів України від 27 квітня 2000 р. № 92, зі змінами та доповненнями, внесеними відповідно до наказу М-ва фінансів України від 09 грудня 2011 р. № 1591 // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/z0288-00>.

14. Порядок надання у тимчасове користування громадянам предметів культурно-побутового призначення і господарського вжитку: затверджений наказом Української спілки об'єднань, підприємств і організацій побутового обслуговування населення від 16 грудня 1999 р. № 46 зі змінами та доповненнями, внесеними відповідно до наказу Укрсоюзсервісу від 23 лютого 2000 р. № 6 // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/z0025-00>.

15. Типовой план счетов бухгалтерского учета и инструкция по применению типового плана счетов бухгалтерского учета : утверждены постановлением Министерства финансов Республики Беларусь от 30 мая 2003 г. № 89 (с изменениями) // [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.minfin.gov.by/rmenu/business-accounting/plans/30_05_03_N89/

16. Statement of Financial Accounting Standards No. 13 «Accounting for Leases» // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.fasb.org/cs/BlobServer?blobcol=urldata&blobtable=MungoBlobs&blobkey=id&blobwhere=1175820908834&blobheader=application%2Fpdf>

ПРОБЛЕМИ ПРОЕКТУВАННЯ ІНФОРМАЦІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ УПРАВЛІНСЬКОЇ ЗВІТНОСТІ

Малахова А.В.

к.е.н., доц. кафедри обліку і аудиту

Щипіцина А.П.

студентка I курсу магістратури
спеціальності «Облік і оподаткування»

У результаті вирішення потреби оперативного інформаційного забезпечення виникла така категорія спеціалізованої звітності як управлінська звітність. Система управління відрізняється розширеними сферами керування різноманітною діяльністю, зростаючими обсягами здійснення господарської діяльності, що потребує додаткового інформаційного забезпечення та вирішення поточних заходів на основі додаткової аналітичної інформації. Тому постає необхідність використовувати удосконалені розширені інформаційні потоки в умовах використання новітніх технологічних засобів обробки та узагальнення облікової інформації.

Сучасні підприємства потребують об'єктивної необхідності побудови інтегрованої системи інформаційної підтримки процесу управління, оперативною основою якого має стати управлінська звітність. Важливою умовою створення на підприємстві ефективної системи внутрішньої звітності є детальне вивчення завдань, які вирішують менеджери на різних рівнях управління, та виявлення інформаційних потреб, які залежать від повноважень щодо прийняття конкретних управлінських рішень. Для цього складаються інформаційні картки, що містять необхідну для використання інформацію за різними структурними підрозділами [8, с. 584].

Додатково при вивченні різноманітних потреб користувачів з метою побудови системи управлінської звітності слід проводити анкетування, яке має враховувати функціональні особливості виконання обов'язків підрозділів підприємства.

Актуальним питанням при проектуванні управлінської звітності є застосування сучасних комп'ютерних систем. Саме інформаційні технології дають змогу швидко спроектувати довільні форми звітності відповідно до визначених потреб і далі використовувати програмні продукти для проведення автоматизації формування управлінської звітності на різних рівнях управління. Основною задачею автоматизації проектування та формування звітності є правильна організація структури збереження інформації (тобто структури баз даних), алгоритмів уведення, читання, коректування інформації.

Невід'ємною функцією будь-яких програмних систем щодо формування управлінської звітності є обробка даних з метою їх узагальнення та представлення у звітах. Автоматизація формування управлінської звітності проходить у декілька етапів :

- реєстрація фінансової і нефінансової ділової інформації ;
- створення бази даних аналітичної інформації ;
- генерування довільних звітних форм ;
- формування вихідних довільних звітних форм.

Використовуючи переваги комп'ютерної техніки, слід врахувати, що звіти можуть також будуть представлені на екранних формах, це зумовлює виділення особливих організаційних вимог до формування звітності за допомогою програмних комп'ютерних програм:

- по-перше, звіти є виключно засобом виведення інформації;
- по-друге, організація даних в звітах припускає можливість їх складної, багаторівневої структуризації;
- по-третє, структура інформації, що виводиться в звіті, повинна бути узгоджена із структурою носія.

Також потребує врахування організація інформаційної бази формування управлінської звітності на підставі даних фінансового, управлінського, податкового й інших видів обліку. Метою системи управлінської звітності є забезпечення інформаційних потреб користувачів, що полягає в формуванні показників на основі інформації, одержаної у різних підсистемах обліку, їх

синтез і аналіз на основі концептуальних вимог, запропонованих до звітності господарюючих суб'єктів, і підготовка звітів у формі і в терміни, відповідно до запитів різних груп користувачів.

Список використаних джерел:

1. Аверчев И. В. Управленческий учет и отчетность : постановка и внедрение / И.В.Аверчев. – М.: Вершина, 2006. – 512 с.
2. Атамас П.Й. Управлінський облік: Навч. посібн. – 2-ге вид. / П.Й.Атамас. – К.: ЦУЛ, 2009. – 440 с.
3. Бланк И.А. Финансовый менеджмент: Учебн. курс. / И.А.Бланк. – 2-е изд. перераб. и доп. – К.: Эльга, Ника-Центр, 2004. – 656 с.
4. Бутинець Ф.Ф. Інформаційні системи бухгалтерського обліку: підручн. для студ. вищ. навч. закл. Спеціал. 7.050106 «Облік і аудит» / За ред. проф. Ф.Ф. Бутинця; 2-е вид., перероб. і доп. – Житомир: ПП «Рута», 2002. – 544 с.
5. Голов С.Ф. Бухгалтерський облік в Україні: аналіз стану та перспективи розвитку: Монографія / С.Ф.Голов. – К.: Центр учбової літератури, 2007. – 522 с.
6. Економічний аналіз: Навч. посібн. / М.А.Болух, В.З.Бурчевський, М.І.Горбаток; За ред. акад. НАНУ, проф. М.Г.Чумаченка. – К.: КНЕУ, 2001. – 540 с.
7. Кузнецова С. Управлінська бухгалтерська звітність: проблеми створення / С.Кузнецова // Бухгалтерський облік і аудит. – № 11. – 2008. – С. 15–24.
8. Нападовська Л.В. Управлінський облік: підручн. для вузів. – 2-ге вид., доопрац. та допов. Л.В.Нападовська. – К.: Київ.нац. торг.-екон. ун-т, 2010. – 648 с. – С. 584.
9. Пантелеєв В.П. Внутрішньогосподарський контроль: методологія та організація: монографія / В.П.Пантелеєв. – К.: ДП «Інформ.-анліт. Агентство». – 2008. – 491 с.
10. Петренко С.М. Інформаційне забезпечення внутрішнього контролю господарських систем: Монографія / С.М.Петренко. – Донецьк: ДонНУЕТ, 2007. – 290 с.
11. Пушкар М.С. Тенденції та закономірності розвитку бухгалтерського обліку в Україні (теоретико-методологічні аспекти): Монографія / М.С.Пушкар. – Тернопіль: Економічна думка. 1999. – 422 с.
12. Сопко В.В. Бухгалтерський облік в управлінні підприємством / В.В.Сопко. – К.: КНЕУ, 2006. – 526 с.
13. Фінансовий менеджмент: Навч. посібн. // за ред. проф. Г.Г. Кірейцева. – Київ: ЦУЛ, 2002. – 496 с.
14. Шпак В.А. Організація бухгалтерського обліку: Концептуальний підхід: Монографія / В.А.Шпак. – К.: Бізнес Медіа Консалтинг, 2011. – 312 с.

ОСОБЛИВОСТІ ЦІНОВОЇ ПОЛІТИКИ ПІДПРИЄМСТВА

Мартиненко О.В.

ст. викладач кафедри обліку і аудиту ДДПУ

Дронов І.М.

студент I курсу магістратури

спеціальності «Облік і оподаткування»

У сучасних умовах основною проблемою для підприємств є проблема виживання й забезпечення розвитку. Підприємствам доводиться не тільки зосереджувати увагу на стані внутрішнього середовища підприємства, а й розробляти довгострокову політику, яка давала б їм змогу функціонувати адекватно до зовнішніх змін. Тому виникає необхідність дослідити особливості ціноутворення та цінової політики на рівні підприємства.

Ціна – це грошове вираження вартості товару, що зазнає впливу всіх умов відтворювального процесу, який лежить в основі виробництва, розподілу, обміну і споживання [2, с.8].

У системі маркетингу процес формування та використання ринкової ціни знайшов своє відображення в ціновій політиці підприємства, яка є складовою його маркетингової політики. Метою процесу формування цінової політики в умовах маркетингової орієнтації є забезпечення довгострокових конкурентних переваг підприємства шляхом розробки адаптивного механізму ціноутворення.

Цінова політика – комплекс заходів щодо визначення цін, цінової стратегії і тактики, умов оплати, варіювання цінами залежно від позиції на ринку, стратегічних і тактичних цілей фірми [3, с. 4]. Перш ніж сформулювати цінову стратегію, підприємство повинно зібрати та ретельно проаналізувати інформацію про витрати, покупців, конкурентів.

Ефективна цінова стратегія компанії повинна являти собою більш ніж реакцію у відповідь на зміну ринкових умов. Будь-яке цінове рішення повинно відображати насамперед фундаментальну цінову стратегію, сегментацію ринку, еластичність ринку, рівень витрат, потенціал конкурента. Необхідно підкреслити, що цінові стратегії є ефективнішими для нових учасників ринків, ніж для великих компаній, присутніх на ринку давно. Це зрозуміло, оскільки цілі, ресурсний потенціал, сприйняття цін споживачами, конкуренція, структура витрат, структура цін, правові бар'єри, зв'язок із споживачами старих і нових учасників ринку різні. Безумовно, кожна компанія, незалежно від періоду роботи на тому чи іншому ринку, індивідуальна і має унікальну структуру і рівень цін, проте існує стандарт цінових стратегій. Найчастіше використовувані цінові стратегії наведені у табл. 1.

Ця сегментація цінових стратегій між початківцями ринку і старими учасниками зумовлена вибором рівня і структури ціни.

Цінова політика об'єднує в собі як стратегічні, так і тактичні аспекти і в найбільш загальному вигляді може бути визначена як діяльність керівництва підприємства із встановлення, підтримки і змінення цін на продукцію, яку здійснюють у руслі загальної стратегії підприємства і спрямовують на досягнення його завдань. Стратегічні аспекти цінової політики охоплюють договірні заходи зі встановлення і змінення цін, які спрямовані на врегулювання діяльності всієї виробничої і товаропровідної мережі підприємства, і підтримку конкурентоспроможності продукції і послуг у співвідношенні зі завданнями загальної стратегії фірми.

Таблиця 1

Класичні цінові стратегії

Цінові стратегії нових учасників ринку	Цінові стратегії старих учасників ринку
Стратегія ціни проникнення на ринок	Відкрита цінова конкуренція
Надання функціональних знижок учасникам збутового каналу	Уникнення цінової «прозорості» на ринку
Класичне ціноутворення	Цінова диференціація
Встановлення ціни на рівні цін конкурентів	Утримання споживачів контрактами і додатковими угодами
Встановлення високих цін на інноваційні товари	Пропозиція нових пакетів послуг
Стратегія інтеграції	Система подвійного ціноутворення
Стратегія вибору комбінацій між ціною і якістю товару	Поступове зниження цін на пропонований асортимент товарів
	Введення безкоштовних послуг для балансування з позицією конкурента, який використовує систему знижок

Тактичні аспекти цінової політики охоплюють заходи короткотермінового і разового характеру, які спрямовані на виправлення деформації в діяльності виробничих підрозділів і товаропровідної мережі, яка виникає внаслідок непередбачених змін цін на ринках чи поведінки конкурентів, помилок управлінського персоналу, і можуть іноді йти всупереч стратегічним завданням підприємства. Важливою умовою виживання підприємства у невизначеності ринкового оточення є правильна оцінка всіх умов ринку і можливостей підприємства у визначенні цін на реалізовану продукцію, послуги, а також набуті чинники (засоби) виробництва.

Можливість підприємства конкурувати на певному ринку безпосередньо залежить від конкурентоспроможності продукції і сукупності економічних методів діяльності фірми. Цінова конкуренція як шлях забезпечення конкурентоспроможності продукції має на увазі реакцію підприємства на цінові стратегії конкурентів. У ринковій економіці інформація про ціни за конкретними угодами, частіше за все, є комерційною таємницею виробника, і отримати таку інформацію дуже складно. Тому підприємство, щоб передбачити зміни цін на конкурентному насиченому ринку, повинно за допомогою всіх доступних йому джерел інформації вникнути в

положення конкурента та намагатися поглянути на свої майбутні цінові зміни його очима. Або ж вивчити так звану ціну байдужості, тобто ціну, за якої покупцю буде байдуже, чий товар купувати. Виявивши її, можна планувати таку стратегію ціноутворення, за якою покупці віддадуть перевагу продукції вашого підприємства. Важливим кроком при цьому є аналіз пропозиції і цін конкурентів, якості їх продукції.

Встановлення ціни є найважливішим моментом у процесі реалізації продукції, оскільки від її величини залежить обсяг продажу, що безпосередньо впливає на фінансові результати підприємства.

Отже, процес формування цінової політики підприємства є дуже складним, багатограним і передбачає передусім неодмінний контроль за виконанням цінової стратегії підприємства і врахування всіх чинників, які можуть впливати на здійснення цього процесу. Підприємство повинно сформулювати конкретні цілі ціноутворення, які будуть відповідати загальним маркетинговим цілям компанії в цьому сегменті, юридичним вимогам, а також особливостям продукту. Повинна бути досягнута рівновага між витратами та виробництвом з одного боку, та з іншого боку, цінністю продукту для клієнта та маркетинговими факторами, важливими в типових ситуаціях конкуренції. Аналіз ціноутворення потрібно починати з чіткого визначення ринкових цілей.

Список використаних джерел:

1. Балабанова Л. В. Цінова політика торговельного підприємства / Л. В. Балабанова. – К. : Професіонал, 2004. – 155 с.
2. Верхоглядова Н.І., Ільїна С.Б., Іваннікова Н.А., Слабко Я.Я., Лисенко Ю.В. Основи ціноутворення: Навчальний посібник./ Н.І.Верхоглядова, С.Б. Ільїна, Н.А. Іваннікова, Я.Я. Слабка, Ю.В. Лисенко. – К.: Кондор, 2006 р.– 252с.
3. Дугіна С. І. Маркетингова цінова політика / С. І. Дугіна. – К. : КНЕУ, 2005. – 393 с.
4. Корінев В.Л. Маркетинговий підхід до управління ціновою політикою на підприємстві / В.Л. Корінев // Вісник економічної науки України. – 2014. - № 2. – С. 42-47.
5. Шкварчук Л.О. Ціноутворення: Підручник. / Л.О. Шкварчук. – К.: Кондор. – 2006. – 460 с.

РОЛЬ ТА ЗНАЧЕННЯ ФІНАНСОВОГО АНАЛІЗУ В УПРАВЛІННІ ПІДПРИЄМСТВОМ

Рожественський Д.О.
студент І курсу магістратури
спеціальності «Облік і оподаткування»
Гончар Л.В.
к.е.н., доц. кафедри обліку і аудиту

У період турбулентних змін соціально-економічне середовище країни ще більше потребує гармонізації стану, вирішення проблем, оптимізації взаємовідносин та рівня добробуту як фізичних, так і юридичних осіб. Приватні підприємства займають велику частку ринку в економічному середовищі країни. На такому ринку завжди буде конкуренція, та чим більше підприємств знаходиться на ньому тим жорсткішою буде конкурентне середовище. Керування господарюючим суб'єктом не простий процес, тим більше, на конкурентному ринку, тому однією з потреб менеджменту підприємства є забезпечення необхідною інформацією за допомогою різних джерел її формування для проведення аналізу результатів діяльності з метою їх оптимізації.

Фінансовий аналіз – це складова аналітично-економічного дослідження щодо вивчення рівня, змін і динаміки фінансових показників у їх взаємозв'язку і взаємообумовленості, з метою прийняття ефективних управлінських рішень для забезпечення внутрішньої і зовнішньої діяльності господарюючих систем, сталого економічного розвитку і стійкого фінансового стану [2, с. 10].

Основною інформаційною базою, що використовується при проведенні фінансового аналізу є баланс (звіт про фінансовий стан), звіт про фінансові результати (звіт про сукупний дохід), звіт про рух грошових коштів (за прямим методом), звіт про власний капітал.

Існує багато різноманітних методів та прийомів фінансового аналізу, всі вони можуть бути поділені на дві групи: формалізовані – логічний аналіз без глибоких розрахунків; неформалізовані – розрахунок показників та коефіцієнтів та детальний аналіз взаємозв'язків між ними [1, с. 22].

За допомогою фінансового аналізу оцінюється ефективність використання майна та фінансових ресурсів підприємства, джерела формування капіталу, рух грошових потоків, ділова активність, кредитоспроможність, рентабельність (прибутковість) та його фінансова стійкість (стан).

Фінансовий стан поділяється на чотири види: абсолютно стійкий – підприємство є фінансово незалежним; нормальна стійкість – діяльність підприємства оптимальна та платоспроможність гарантована; нестійкий стан – низька платоспроможність але є перспективи її налагодження; кризовий стан – незмога підприємства гасити фінансові борги, банкрутство.

Підприємство є системою виробничих відносин пов'язаних між собою у процесі господарювання, воно здійснює свою діяльність систематично, тому і фінансовий аналіз, що проводиться має бути комплексним та здійснюватися регулярно. Це дає можливість зосередити увагу на проблемних ділянках діяльності, що можливо буде вирішити до того як вони наберуть критичну вагу та забезпечує можливість прогнозувати напрями економічних змін підприємства.

Фінансовий аналіз може проводитися фінансовими менеджерами підприємства і його власниками, а також працівниками бухгалтерських та аудиторських фірм тощо. Головною умовою при цьому повинно бути

компетенція і професіоналізм аналітиків, їх здатність робити правильні висновки та прогнози.

Своєчасне застосування фінансового аналізу поглибить розуміння причинності виробничих процесів підприємства, дасть ґрунт для прийняття важливих рішень, допоможе в розробці нових стратегій розвитку та оптимізації діяльності господарюючого суб'єкту.

Список використаних джерел:

1. Грабовецький Б. Є. Фінансовий аналіз та звітність : навчальний посібник / Б. Є. Грабовецький, І. В. Шварц. – Вінниця : ВНТУ, 2011. – 281 с.
2. Цал-Цалко Ю. С. Фінансовий аналіз : підручник / Ю. С. Цал-Цалко. – К. : Центр учбової літератури, 2008. – 566 с.

ЕФЕКТИВНІСТЬ УПРАВЛІННЯ ОБОРОТНИМИ АКТИВАМИ

Сіренко С.В

ст. викладач кафедри обліку і аудиту

Беліч В.А.

студент I курсу магістратури
спеціальності «Облік і оподаткування»

Фінансовий стан підприємства, його платоспроможність безпосередньо залежить від того, наскільки швидко кошти, вкладені в активи, перетворюються в реальні гроші.

Швидкість обороту оборотних коштів впливає на такі показники:

- достатність грошових коштів;
- потреба в джерелах фінансування;
- величину витрат, пов'язаних з формуванням і зберіганням запасів;
- суму втрат від затримки розрахунків з дебіторами.

Чим вище швидкість обороту оборотних активів, тим більша потреба у фінансуванні. Таким чином, керуючи оборотністю оборотних активів, підприємство отримує можливість у меншій мірі залежати від зовнішніх джерел отримання грошових коштів і підвищити свою ліквідність. Не випадково ефективне управління оборотними активами розглядається як один із способів задоволення потреби в капіталі.

В процесі аналізу показників ефективності використання оборотних активів підприємства важливим є визначення, за рахунок яких факторів сформувався той чи інший показник. Закономірним є наявність різноманітних шляхів прискорення оборотності оборотних засобів, які залежать від рівня організації виробництва на підприємстві. Вважаємо за доцільне шукати такі шляхи на кожній із стадій кругообігу оборотних активів. Отже, напрями підвищення

ефективності використання оборотних активів можна виділити в три підгрупи, що представляють:

- 1) перед виробничу;
- 2) виробничу (незавершене виробництво);
- 3) реалізаційну.

Саме за такими стадіями більшість авторів виділяють шляхи підвищення оборотності оборотних активів [1].

Перед виробнича стадія. Величина виробничих запасів і відносний розмір обігових коштів на їх утворення можуть бути зменшені шляхом удосконалення матеріально-технічного забезпечення:

- прискорення і здешевлення перевезень;
- поліпшення організації складського господарства на основі його механізації й автоматизації;
- застосування більш точного нормування витрат матеріалів;
- скорочення невиробничих затрат матеріалів;
- повторного використання відходів виробництва.

Крім зазначених вище шляхів підвищення оборотності оборотних активів на стадії підготовки до виробництва доцільним буде [2]:

- заміна дорогих матеріалів більш дешевими;
- заміна використаних запасних частин, тари, інструментів тощо.

Виробнича стадія. Щодо підвищення оборотності оборотних активів, незавершене виробництво і сума вкладених у нього коштів при існуючому обсязі виробництва залежать від тривалості виробничого циклу [3]. В свою чергу тривалість виробничого циклу може бути скорочена внаслідок:

- упровадження поточкових (зокрема, конвеєрних) методів обробки;
- зменшення тривалості міжопераційних періодів за рахунок ретельної підготовки виробництва, останнє передбачає зменшення перебоїв і забезпечення ритмічної роботи підприємств;
- застосування автоматичного устаткування, верстатів із числовим програмним управлінням, гнучких виробничих систем;
- підвищення змінності виробництва.

Реалізаційна стадія. Щодо підвищення ефективності використання оборотних коштів при існуючому обсязі виробництва залежать від тривалості реалізаційного циклу. В свою чергу тривалість реалізаційного циклу може бути скорочена внаслідок:

- скорочення перебування готової продукції на складі;
- підвищення якості і збільшення номенклатури продукції;
- обґрунтоване планування асортименту, партій продукції та періодів їх випуску;
- організацією збуту продукції;
- вибір системи розрахунків, термінів доставки продукції до споживачів;

- постійний зв'язок із замовниками, своєчасне повідомлення їх про відвантаження продукції;
- більш повного використання маркетингових підходів та проведення рекламування.

Під фінансовим циклом прийнято розуміти період, який починається з моменту оплати постачальникам за матеріали (погашення кредиторської заборгованості) і закінчується у момент отримання грошей від покупців за відвантажену продукцію (погашення дебіторської заборгованості).

Середнє значення тривалості фінансового циклу розраховується як сума періоду обороту (погашення) дебіторської заборгованості і товарно-матеріальних запасів за вирахуванням періоду обороту (виплати) кредиторської заборгованості [4].

По суті даного фінансового показника, що чим вище значення фінансового циклу, тим вище потреба підприємства в грошових коштах для придбання оборотних коштів, що проводять.

Зміна швидкості обороту засобів призводить до того, що за інших рівних умов (масштаби діяльності, структура активів, структура витрат) змінюється величина активів, а отже, і потреба у фінансуванні.

Уповільнення оборотності активів приводить до зростання їх остатків, прискорення оборотності - до їх скорочення.

В цих умовах у підприємства або виникає потреба в додатковому фінансуванні, або відбувається звільнення засобів з обороту у зв'язку з прискоренням їх оборотності [5].

Пошук шляхів прискорення оборотності оборотних активів за стадіями кругообігу оборотних активів є оперативним та найефективнішим.

Важливим завданням для керівництва є визначення резервів збільшення показників оборотності та ліквідності оборотних активів і розроблення певних заходів щодо їх мобілізації.

Управляючи оборотним капіталом, підприємство дістає можливість у меншій мірі залежати від зовнішніх джерел отримання грошових коштів і підвищити свою ліквідність.

Список використаних джерел:

1. Мельник Л.Г. Екологічна економіка: Підручник. – Суми: ВТД “Університетська книга”, 2002. – 346 с.
2. Моляков Д.С., Шохин Е.И. Теория финансов предприятий: Учебное пособие для вузов. - М.: Финансы и статистика, 2000. - 112 с. //Эффективность использования оборотных средств.
3. Мельник Л.Г., Корінцевої О.І. Методи оцінки екологічних втрат: Монографія – Суми: ВТД “Університетська книга”, 2004. – 288 с.
4. Савчук В.П. Управление финансами предприятия, Изд.: БИНОМ. Лаборатория знаний, 2005, 480 с.
5. Ефимова О.В. Финансовый анализ:современный инструментарий для принятия экономических решений : Издательство: ОМЕГА-Л, 2010, 351 с.

ПРОБЛЕМИ ФОРМУВАННЯ РАЦІОНАЛЬНОЇ СТРУКТУРИ ДЖЕРЕЛ КОШТІВ ПІДПРИЄМСТВА

Сіренко С.В

ст. викладач кафедри обліку і аудиту

Лукін О.А.

студент I курсу магістратури спеціальності «Облік і оподаткування»

Одна з основних проблем фінансового менеджменту - формування раціональної структури джерел коштів підприємства[2].

Принципово всі джерела фінансових ресурсів підприємства можна класифікувати таким чином:

- власні фінансові ресурси і внутрішньогосподарські резерви ;
- позикові та залучені фінансові кошти.

Залучення того чи іншого джерела фінансування пов'язане для підприємства з певними витратами : акціонерам (власникам) необхідно виплачувати дивіденди , банкам - відсотки за надані кредити , інвесторам - відсотки за скоєні інвестиції .

Усі залучені з того чи іншого джерела засоби мають вартістю , тобто за використання усіх фінансових ресурсів треба платити.

Загальна сума коштів , яку необхідно сплатити за використання певного обсягу фінансових ресурсів, виражена у відсотках до цього обсягу, називається його вартістю [3].

Вартість капіталу повинна враховувати такі ключові фактори :

- реальну норму прибутковості ;
- інфляцію і пов'язане з нею очікуване зниження купівельної спроможності грошових коштів;
- ризик як характеристику невизначеності отримання економічних вигод [4].

Необхідно відзначити дві принципово важливі особливості плати за власні фінансові ресурси підприємства .

Поділ власного капіталу на інвестований і накопичений має велике значення , як в теоретичному , так і в практичному плані: за співвідношенням і динаміці цих груп оцінюють ефективність діяльності підприємства.

Тенденція до збільшення питомої ваги накопиченого капіталу , свідчить про здатність нарощувати кошти, вкладені в активи підприємства , що характеризує фінансову стійкість підприємства .

Правильний вибір структури власного капіталу забезпечити позитивні фінансові результати підприємства в майбутньому.

Підприємство , що використовує тільки власний капітал , має найвищу фінансову стійкість , але обмежує темпи свого розвитку.

Це пов'язано , насамперед, з невикористовуваною можливістю збільшення рентабельності власного капіталу за рахунок ефекту фінансового левериджу , так як без залучення позикового капіталу неможливо забезпечити перевищення

коефіцієнта фінансової рентабельності діяльності підприємства над економічною.

Водночас, підприємство, що використовує позиковий капітал, має більш високий фінансовий потенціал свого розвитку і можливість приросту фінансової рентабельності, однак більшою мірою схильне фінансовому ризику і загрозу банкрутства.

Позиковий капітал характеризується наступними позитивними властивостями:

- досить широкими можливостями залучення джерел фінансування;
- більш низькою вартістю в порівнянні з власним капіталом за рахунок забезпечення ефекту "податкового щита";
- здатністю генерувати приріст фінансової рентабельності за рахунок ефекту фінансового левериджу.

Виходячи, з вищевикладеного можна зробити висновок, що конкурентна позиція підприємства на ринку, багато в чому залежить від структури джерел фінансування підприємства та оптимальної величини середньозваженої вартості капіталу.

Середньозважена вартість капіталу (WACC) характеризує вартість всіх задіяних фінансових ресурсів підприємства: власного і позикового капіталів, з урахуванням їх частки в загальному обсязі джерел.

Оптимізація структури капіталу є однією з найскладніших проблем, що вирішуються в процесі управління фінансами підприємства.

Оптимальна структура капіталу являє собою таке співвідношення власних і позикових коштів, при якому забезпечується найбільш ефективна пропорція між коефіцієнтом фінансової рентабельності і коефіцієнтом фінансової стійкості підприємства, що сприяє його максимальній ринковій вартості.

Одним з ключових блоків управлінських рішень фінансового характеру, є рішення щодо джерел фінансування діяльності підприємства.

Кожне підприємство має характерну тільки йому структуру капіталу, і тільки правильний вибір джерел фінансування може забезпечити позитивні фінансові результати в майбутньому.

Список використаних джерел:

1. Ван Хорн Дж. К. Основи управління фінансами Москва «Фінанси і статистика» 1996 – 799с.
2. Стоянова Е.С. Фінансовий менеджмент : теорія і практика Москва Видавництво «перспектива» 1996 – 405с.
3. Ковальов В.В. Методи оцінки інвестиційних проектів Москва: «Фінанси та статистика» 2002 – 39с.
4. Єфімова О.В. Фінансовий аналіз: сучасний інструментарій для прийняття економічних рішень ОМЕГА -Л Москва 2010 – 351с.
5. Іонова А.Ф., Селезньова М.М. Фінансовий аналіз «Прспект» Москва 2007 – 623с.

6. Міллер М. , Модільяні Ф. Вартість капіталу , фінанси корпорації і теорія інвестицій (Текст) – Москва : Справа 2001 – 528с.

ПОДАТКОВИЙ АСПЕКТ РОЗРАХУНКІВ З ОПЛАТИ ПРАЦІ

Шнурко А.М.

старший викладач кафедри обліку і аудиту

Оснадчук О.М.

студент I курсу магістратури

спеціальності «Облік і оподаткування»

Заробітна плата була, є і буде важливим якісним показником економічного господарювання, тому дослідження питань обліку зарплати призводить до запобігання негативних наслідків прискороного зростання безробіття, руйнування мотивів і стимулів до праці. Саме тому проблемні питання оподаткування оплати праці потребують глибоких досліджень, оскільки їх розв'язання у свою чергу позитивно вплине на формування достовірної інформації про розрахунки з оплати праці найманих працівників як податкового, так і статистичного обліку в цілому.

На підприємстві будь-якої форми власності облік оплати праці ведеться в обов'язковому порядку, він є найбільш відповідальним та трудомістким у всій системі бухгалтерського обліку. Розмір заробітної плати залежить від складності та умов виконуваної роботи, професійно-ділових якостей працівника, результатів його праці та господарської діяльності підприємства.

Законом України про Держбюджет на 2018 рік передбачена мінімальна зарплата з 1 січня 2018 року - 3723 гривень (у погодинному розмірі - 22,41 грн.), прожитковий мінімум для працездатних осіб - 1762 грн.

У цілому, організація оплати праці на підприємстві – це сукупність дій, метою яких є забезпечення визначення величини заробітної плати, принципів її нарахування, строків виплати, диференціації, співвідношення з іншими показниками діяльності підприємства тощо.

Організація оплати праці базується на трьох елементах: нормуванні праці, її тарифікації, а також на системах і формах оплати праці. При цьому нормування праці дозволяє дати кількісну оцінку праці, тарифікація – якісну, а системи та форми показують порядок нарахування заробітної плати.

Згідно Податкового кодексу України до складу видатків платника податків включаються видатки на оплату праці фізичних осіб, що мають трудові відносини з таким платником податку, які включають нараховані витрати на оплату основної та додаткової заробітної плати та інших видів заохочень та виплат, у вигляді премій, заохочень, відшкодування вартості товарів, робіт, послуг, витрати на оплату авторського винагородження та за виконання робіт,

послуг згідно із договором, а також будь-яка інша оплата у грошовій або натуральній формі згідно із колективним договором [7].

Дослідивши принципи й порядок нарахування заробітної плати найманим працівникам, нами були визначені основні проблемні питання організації обліку оплати праці.

Нараховані доходи у виді заробітної плати обліковуються по кредиту рахунка 661 «Розрахунки із заробітної плати». Такі доходи для працівника і витрати для роботодавця підлягають оподаткуванню.

Податки та платежі, об'єктом оподаткування якими є заробітна плата на нашу думку можна поділити на дві категорії: одні – утримуються з заробітної плати працівників, інші – нараховуюся на фонд оплати праці - ЄСВ (сплачує підприємство за рахунок коштів роботодавця), а підприємство виступає податковим агентом перераховуючи їх до бюджету.

Алгоритм обов'язкових утримань із заробітної плати в останні роки було спрощено: із нарахованої заробітної плати утримуємо податок з доходів фізичних осіб та військовий збір.

Податок на доходи фізичних осіб – загальнодержавний податок, що стягується з доходів фізичних осіб (громадян – резидентів) і не резидентів, які отримують доходи з джерел їх походження в Україні. Основні положення, що визначають порядок оподаткування ПДФО, встановлені Податковим кодексом України.

Не секрет, що наразі відбувається активне впровадження реформ майже у всіх сферах. Реформування сучасної системи оподаткування не є виключенням.

Ставка ПДФО у 2018 році в Україні є виключно уніфікованою та складає 18%. Проте, згідно з пп. 169.1.1 ПКУ для будь-якого платника податку надається податкова соціальна пільга в розмірі, що дорівнює 50% розміру прожиткового мінімуму для працездатної особи (у розрахунку на місяць), встановленому законом на 1 січня звітного податкового року. Отже, у 2018 році її базовий розмір (100%) становитиме $1762,00 \text{ грн.} \times 50\% = 881,00 \text{ грн.}$

Відповідно до абз. 1 пп. 169.4.1 ПКУ податкова соціальна пільга застосовується до доходу, нарахованого на користь платника податку протягом звітного податкового місяця як заробітна плата (інші прирівняні до неї відповідно до законодавства виплати, компенсації та винагороди), якщо його розмір не перевищує певний поріг - суми, що дорівнює розміру місячного прожиткового мінімуму, діючого для працездатної особи на 1 січня звітного податкового року, помноженого на 1,4 та округленого до найближчих 10 гривень. У 2018 році цей поріг становитиме $1762,00 \times 1,4 = 2470,00 \text{ грн.}$

Зауважимо: граничний розмір доходу, який дає право на отримання ПСП одному з батьків визначається як добуток порогу застосування ПСВ та відповідної кількості дітей.

ПКУ встановлює ряд видів доходів, які звільнені від оподаткування ПДФО, але в межах певного розміру (суми): подарунки фізичним особам, подарунки

від профспілки та органів державної влади, вартість навчання, благодійна допомога, добові під час відрядження.

Облік ПДФО здійснюється на субрахунку 641 «Розрахунки за податками». За кредитом субрахунку відображаються нараховані платежі до бюджету, за дебетом – належні до відшкодування з бюджету податки, їх сплата, списання тощо.

3 серпня 2014 р. набрав чинності Закон України «Про внесення змін до Податкового кодексу України та деяких інших законодавчих актів», яким, зокрема, встановлено новий податок - військовий збір. Ставка військового збору становить 1,5% від об'єкта оподаткування. Об'єктом оподаткування військовим збором є: доходи у формі заробітної плати, інших заохочувальних та компенсаційних виплат або інших виплат і винагород, які нараховуються (виплачуються, надаються) платнику у зв'язку з трудовими відносинами та за цивільно-правовими договорами, тощо.

Ми вважаємо, що військовий збір варто обліковувати на субрахунку 642 «Розрахунки за обов'язковими платежами», оскільки окремого рахунка для відображення військового збору в Плані рахунків не передбачено.

Після нарахування заробітної плати та проведення всіх обов'язкових та додаткових утримань залишок видається робітнику готівкою з каси або шляхом перерахування коштів на банківську картку працівника.

До обов'язкових нарахувань на фонд оплати праці належить Єдиний соціальний внесок. ЄСВ на загальнообов'язкове державне соціальне страхування – консолідований страховий внесок, збір якого здійснюється в обов'язковому порядку та на регулярній основі.

Єдиний соціальний внесок – це обов'язковий платіж до системи загальнообов'язкового державного соціального страхування, який сплачують підприємства та фізичні особи-підприємці з метою забезпечення страхових виплат за поточними видами загальнообов'язкового державного соціального страхування.

ЄСВ нараховується та сплачується за рахунок підприємства, а не працюючого. Його нарахування та сплата не зменшує зарплату працюючого. Для порівняння – ПДФО та військовий збір – утримуються підприємством за рахунок зарплати працюючих та зменшують суму до виплати.

Базою для нарахування ЄСВ для роботодавців є сума заробітної плати працюючих, що складається з:

- основної заробітної плати (оклад, оплата днів відрядження та ін.);
- додаткової заробітної плати (основна і додаткова відпустка, премії, надбавки, індексація зарплати, доплати за роботу в нічний час та ін.);
- інших заохочувальних та компенсаційних виплат (річні премії, матеріальна допомога систематичного характеру (наприклад, на оздоровлення педагогічним і науково-педагогічним працівникам) та ін.).

На сьогодні розмір ЄСВ по основним платникам внеску становить 22%.

Звертаємо увагу, що лікарняні та декретні мають таку ж ставку ЄСВ, як і звичайна заробітна плата.

У загальному випадку (крім виплат інвалідам) ЄСВ розраховується:

$$\text{ЄСВ} = \text{Заробітна плата та прирівняні виплати} \times 0,22. \quad (1)$$

Однак, суму заробітної плати по кожному працівнику також ще треба порівняти з мінімальною та максимальною базою нарахування ЄСВ.

Мінімальний страховий внесок - це сума ЄСВ, яка визначається розрахунковим шляхом як добуток мінімальної зарплати та розміру ЄСВ (в основному 22%). З 1 січня 2018 року мінімальний страховий внесок становить 819,06 грн. (3723 грн. x 22%). Якщо база нарахування ЄСВ менша за розмір встановленої мінімальної заробітної плати за звітний період, то роботодавець зобов'язаний донарахувати ЄСВ до мінімального страхового внеску.

Облік ЄСВ здійснюється на субрахунку 651 «За розрахунками із загальнообов'язкового державного соціального страхування». За кредитом субрахунку відображаються нараховані зобов'язання за страхуванням, а також одержані від органів страхування кошти, за дебетом – погашення заборгованості.

Інформаційне забезпечення операцій з оплати праці відображається у складі статистичної, фінансової та податкової звітності.

При розгляді питань податкового обліку оплати праці та соціальних виплат на підприємствах та організаціях необхідно використовувати комплексний підхід. Таким чином, загальні зміни в оподаткуванні доходів громадян України та різних суб'єктів оподаткування мають на меті спрощення процесу адміністрування податків та зборів.

ПОДАТКОВИЙ КОНТРОЛЬ ТА ЗАПОБІГАННЯ ПОДАТКОВИМ ПРАВОПОРУШЕННЯМ

Яровий К.О.

к.п.н. доцент кафедри обліку і аудиту

Ярова А.Л.

здобувач ступеня магістра

за спеціальністю 073 Менеджмент

Горбачова Н.М.

здобувач ступеня магістра

за спеціальністю 073 Менеджмент

В системі інструментів податкового контролю важливе місце займають камеральні перевірки. Такі перевірки мають істотні переваги перед іншими способами контролю: вони відносно малозатратні, процедуру їх проведення можна автоматизувати, за результатами камеральних перевірок можна прийняти оперативні рішення стосовно виправлення допущених помилок та попередити можливі податкові втрати. Правові основи проведення камеральної

податкової перевірки регламентуються нормами Податкового кодексу України. Згідно пп. 75.1.1 п. 75.1 ст. 75 ПКУ, камеральною перевіркою вважається перевірка, яка проводиться у приміщенні контролюючого органу виключно на підставі даних, зазначених у податкових деклараціях (розрахунках) платника податків. З метою встановлення єдиного порядку відображення результатів камеральних перевірок внесені зміни до методичних рекомендацій щодо організації та проведення камеральних перевірок податкової звітності платників податків, крім декларацій про майновий стан і доходи та декларацій платника єдиного податку – фізичної особи.

Камеральна перевірка здійснюється у два способи: в електронному вигляді; уповноваженими особами шляхом зіставлення програмних продуктів, результатів автоматизованого контролю податкової звітності, інформації з інших джерел. Запроваджено електронний сервіс для платників податків з метою надання інформаційного повідомлення щодо помилок в електронній звітності. Камеральна перевірка проводиться посадовими особами контролюючого органу без спеціального рішення керівника такого органу або направлення на її проведення. Основним завданням камеральної перевірки є перевірка складання податкових декларацій і розрахунків, що включає в себе арифметичний підрахунок підсумкових сум податкових зобов'язань, що підлягають сплаті до відповідного бюджету або бюджетному відшкодуванню, та перевірка правильності застосування ставок податків і податкових пільг, правильність відображення показників, необхідних для обчислення бази оподаткування; виявлення арифметичних або методологічних помилок. Камеральній перевірці підлягає вся податкова звітність суцільним порядком. Так, при перевірці правильності нарахування податку на прибуток з'ясовується питання порушення терміну подання звітності, правильності визначення об'єкта оподаткування та нарахованого грошового зобов'язання з податку на прибуток, а також – несвоєчасної сплати грошового зобов'язання, визначеного платником самостійно. При камеральних перевірках податкової звітності з ПДВ аналізуються розбіжності, виявлені за результатами електронної обробки (звірки) податкової звітності з ПДВ та обробки даних Єдиного реєстру податкових накладних, реєстрів виданих та отриманих податкових накладних.

Податкові декларації (розрахунки) щодо окремих видів загальнодержавних та місцевих податків і зборів приймаються без попередньої перевірки зазначених у них показників. Камеральній перевірці вони підлягають тільки після реєстрації в контролюючих органах. Це стосується, насамперед, таких податків і зборів:

- екологічного податку;
- рентної плати за транспортування нафти і нафтопродуктів магістральними нафтопроводами та нафтопродуктоводами, транзитне транспортування трубопроводами природного газу та аміаку територією України;

- рентної плати за нафту, природний газ і газовий конденсат, які видобуваються в Україні;
- плати за користування надрами;
- місцеві податки і збори (щодо яких чинним законодавством встановлено подання податкових декларації чи розрахунків);
- плати за землю;
- фіксованого сільськогосподарського податку;
- збору у вигляді цільової надбавки до діючого тарифу на природний газ;
- збору за користування радіочастотним ресурсом України;
- збору за спеціальне використання води;
- збору за спеціальне використання лісових ресурсів.

Періодичність проведення камеральних перевірок чинним законодавством не визначена, тобто контролюючий орган може проводити таку перевірку після кожного подання платником податків декларації (розрахунку). Отже, строки проведення камеральних перевірок залежать від строків подачі звітності. Камеральні перевірки податкової звітності з ПДВ платників податку проводяться протягом 30 днів, наступних за днем граничного строку подання звітної податкової декларації або днем фактичного подання уточнюючого розрахунку. Камеральна перевірка податкової звітності з податку на прибуток проводиться до настання строків подачі наступної звітності за відповідним податком.

Щодо окремих загальнодержавних та місцевих податків і зборів визначають наступні строки перевірки звітності:

1. протягом 30 календарних днів, наступних за останнім днем граничного строку подання податкових декларацій (розрахунків), звітний період для яких дорівнює календарному місяцю;

2. протягом 60 календарних днів, наступних за останнім днем граничного строку подання податкових декларацій (розрахунків), звітний період для яких дорівнює календарному кварталу;

3. камеральні перевірки податкових декларацій по земельному податку, орендній платі за земельні ділянки державної і комунальної власності та фіксованому сільськогосподарському податку проводяться контролюючим органом протягом 60 календарних днів, наступних за останнім днем граничного строку подання таких декларацій.

По завершенні камеральних перевірок посадовими особами контролюючого органу проводяться наступні дії:

- складають акти, готують та направляють податкові повідомлення-рішення з метою застосування штрафних санкцій до платників податків, які не подали у встановлені терміни податкову звітність;
- складають акти у разі, якщо результати камеральної перевірки податкової звітності платника свідчать про наявність у такій звітності помилок (порушень);

- готують і направляють податкові повідомлення-рішення, якщо камеральна перевірка свідчить про заниження чи завищення сум податкових зобов'язань платника податків, завищення суми бюджетного відшкодування, завищення від'ємного значення суми податку на додану вартість;
- оформляють довідки про неможливість вручення платнику податку документа (листа, акта камеральної перевірки, податкового повідомлення-рішення) та передають до підрозділу податкової поліції з метою встановлення місцезнаходження платника податків;
- формують висновки за наслідками камеральних перевірок податкової звітності та опрацювання іншої наявної в базах даних та звітній частині облікової справи платника податкової інформації.

Результати камеральної перевірки оформлюють актом в тому випадку, коли дані, задекларовані у податковій звітності, свідчать про порушення. Якщо за результатами камеральної перевірки не встановлено порушень, то відповідна відмітка про факт перевірки здійснюється безпосередньо у поданій платником податкової декларації. Залежно від підстави перевірки податкової звітності або виявлення помилок в податковій звітності в акті зазначається: суть помилки (порушення) – відміткою та, у разі необхідності, вказівкою на пункти ПКУ і нормативно-правові акти; таблиця з показниками, у яких допущено помилки (для перевірки з питань виявлення помилок (порушень) в податковій звітності) або таблиця з показниками термінів подання податкової звітності; інформація про застосовані штрафи; відповідний висновок. Акт про результати камеральної перевірки даних, задекларованих у податковій звітності, складається у двох примірниках і підписується посадовими особами контролюючого органу, які проводили перевірку, реєструються у журналі обліку актів камеральних перевірок та заноситься до АС «Податковий аудит», а після реєстрації вручається або надсилається для підписання протягом трьох робочих днів платнику податків. Акт вважається врученим, якщо його надіслано за адресою платника податків рекомендованим листом з повідомленням про вручення або ж вручено особисто платнику або ж його законному чи повноважному представникові. Акт про результати камеральної перевірки може стати підставою для донарахування податкових зобов'язань, про що платнику повідомляють податковим повідомленням-рішенням. Повідомлення-рішення приймається керівником контролюючого органу протягом 10 робочих днів, наступних за днем вручення акта перевірки, а за наявності заперечень посадових осіб платника податків до акта перевірки приймається з урахуванням висновку про результати розгляду заперечень до акта перевірки – протягом трьох робочих днів, наступних за днем розгляду заперечень і надання (надсилання) письмової відповіді платнику податків. Слід відмітити, що штрафні санкції за помилки, що призвели до заниження податкових зобов'язань та були виявлені під час камеральної перевірки, накладаються в повному обсязі, передбаченому п. 123.1 ст. 123 ПКУ. Ніяких

пільг чи звільнень не передбачено. На суму заниження, навіть якщо воно стало результатом арифметичної чи методологічної помилки, нараховується пеня.

Список використаних джерел:

1. Заможна Т. Місце податкової звітності в системі економічної інформації / Т. Заможна, О. Мельничук // Актуальні проблеми теорії і практики бухгалтерського обліку, аудиту, аналізу й оподаткування в Україні: сучасний стан та перспективи розвитку: матеріали між нар. Наук.-практ. конф. 14 грудня 2016 р. – Тернопіль : Крок, 2016. – с. 165-168.
2. Лега О.В. Податкова звітність: еволюція визначення / О.В. Лега / Інноваційна економіка. – 2013. – №3.– с. 300-303.
3. Онищенко В.А. Податковий контроль/ В.А.Онищенко. – К.: Ред. журн. «Вісник податкової служби України». – 2002. – 432с.
4. Чередніченко А. П. Податковий контроль в умовах трансформаційної економіки України : монографія / А.П. Чередніченко. – К.: ТОВ «Аспект-Поліграф», 2005. – 204 с
5. Шутов М.І. Державний фінансовий контроль в Україні (теорія і практика) : монографія / М.І. Шутов, В.А. Бабенко, Н.М. Стоянова. – Одеса: Юридична література, 2004. – 136 с.

ОБЛІК ДОХОДІВ ЗАГАЛЬНОГО ФОНДУ БЮДЖЕТНИХ УСТАНОВ

Яровий К.О.

к.п.н. доц. кафедри обліку і аудиту

Ярова А.Л.

здобувач ступеня магістра
за спеціальністю 073 Менеджмент

Молодюк І.В.

здобувач ступеня магістра
за спеціальністю 073 Менеджмент

Основні принципи побудови бюджетної системи в Україні, її структура, правові основи функціонування визначені Бюджетним кодексом України. Фінансування здійснюється з дотриманням таких основних принципів як: 1) цільовий характер бюджетних асигнувань. Бюджетні асигнування мають використовуватися виключно за призначенням. Кошти з бюджету на утримання установ виділяються тільки при наявності затвердженого кошторису доходів і видатків бюджетної установи та плану асигнувань, де вказуються конкретні напрями використання бюджетних коштів. Якщо в процесі виконання кошторису контролюючими органами буде встановлено, що розпорядники витрачають грошові кошти на цілі, які не відповідають затвердженим бюджетним призначенням, такі дії кваліфікуватимуться як нецільове використання бюджетних коштів. 2) фінансування здійснюється в межах

асигнувань, передбачених кошторисом бюджетної установи. Бюджетні установи мають право брати зобов'язання та використовувати бюджетні кошти тільки на цілі і в межах встановлених в кошторисах. 3) безповоротність бюджетних асигнувань. Суми, що виділені з бюджету не підлягають поверненню. Тобто, вони надходять на покриття видатків установи відповідно до кошторису для здійснення установою статутних функцій. 4) безоплатність бюджетних асигнувань. За користування бюджетними коштами, які передбачені затвердженими в установленому законодавством порядку, або кошторисом установа чи організація не сплачує будь-яких процентів. 5) отримання максимального ефекту при мінімумі витрат. Це досягається при оптимальному фінансуванні завдань, як економічного так і соціального розвитку держави та зворотного притоку коштів від вирішення цих завдань. Цей принцип реалізується через запровадження програмно-цільового методу фінансування. Для фінансування бюджетних установ існують певні методи бюджетного фінансування. На сьогодні розрізняють наступні:

- пряме бюджетне фінансування. Сутність цього методу полягає в наданні бюджетних асигнувань, які забезпечені відповідними джерелами надходжень. При цьому суми надходжень з місцевого чи державного бюджету, що передбачені в кошторисі зараховуються бюджетним установам на їх реєстраційні рахунки;

- трансферти. У разі незабезпеченості необхідних витрат відповідними джерелами надходжень або недостатності цих джерел на регіональному рівні використовуються дотації та субвенції.

- бюджетні позики. До цієї категорії належать платежі бюджетів усіх рівнів, у результаті яких у них з'являються фінансові вимоги до позичальників, які передбачають обов'язкове повернення коштів, у тому числі резервного фонду державного або місцевого бюджетів, асигнування за якими відкриті на умовах повернення. Метою таких платежів є проведення економічної політики, а не управління ліквідністю або отримання прибутків.

Такий вид фінансування займає проміжне положення між безповоротним бюджетним фінансуванням і позиками комерційних банків. Відмінність від бюджетного безповоротного фінансування полягає в тому, що цей вид позик надається з умовою повернення, але або без процентів або за пільгові проценти, які набагато нижчі від процентів, які застосовують комерційні банки. Надання цього виду позик здійснюється на основі розпорядження Кабінету Міністрів України.

Доходами загального фонду бюджетних установ є асигнування з державного та місцевого бюджету, які бюджетна установа отримує відповідно до кошторису від вищих розпорядників на утримання установи, на виконання програм і заходів. Бюджетні асигнування – повноваження, надане розпоряднику бюджетних коштів відповідно до бюджетного призначення на взяття бюджетного зобов'язання на здійснення платежів з конкретною метою в процесі виконання бюджету.

Річна сума цих коштів визначена в Кошторисі установи, а в Плані асигнувань по загальному фонду вона деталізується по місяцях. На підставі розпорядження Державного казначейства суми відкритих асигнувань зараховуються на рахунки головним розпорядникам, які в свою чергу протягом наступного робочого дня після отримання виписки про відкриття асигнувань надають відповідному структурному підрозділу Держказначейства України розподіли відкритих асигнувань за кодами програмної і економічної класифікації видатків та за територіями в розрізі нижчих розпорядників та одержувачів бюджетних коштів. Про відкриті асигнування бюджетним установам надається виписка з їх реєстраційних рахунків обслуговуваними органами Держказначейства. Для бухгалтерського обліку доходів загального фонду відкритих асигнувань, використовують пасивний рахунок 70 «Доходи загального фонду», до якого відкриваються субрахунки: 701 «Асигнування з державного бюджету на видатки установи та інші заходи»; 702 «Асигнування з місцевого бюджету на видатки установи та інші заходи». Це пасивні рахунки призначені для обліку джерел фінансування. По кредиту цих рахунків відображають суми бюджетних коштів, що отримані для здійснення видатків, передбачених в кошторисі по загальному фонду бюджету, по дебету цих рахунків відображають суми відізованих коштів вищим розпорядником, суми невикористаних коштів в кінці бюджетного року, суми переведених коштів нижчим розпорядникам, суми фактично використаних коштів загального фонду, що списуються в кінці року в порядку закриття рахунків на субрахунок 431 «Результат виконання кошторису за загальним фондом». Аналітичний облік асигнувань організується за кожною бюджетною програмою чи кодом функціональної класифікації видатків, а в середині їх за кодами економічної класифікації видатків. Для цього використовують «Картку аналітичного обліку отриманих асигнувань» встановленої форми.

Картка відкривається на бюджетний рік. По рядку «Затверджено кошторисом на рік» проставляється річна сума асигнувань в розрізі КЕКВ. В процесі виконання кошторису в ній на підставі виписок держказначейства з реєстраційних та спеціальних реєстраційних рахунків записуються суми фактично виділених асигнувань. Відізовані суми записуються зі знаком «-», або чорнилами червоного кольору. Щомісячно в Картці підраховується підсумок асигнувань, отриманих за місяць та наростаючим підсумком з початку року (за вирахуванням відізованих сум), та визначається сума залишку річних бюджетних призначень. «Картка аналітичного обліку отриманих асигнувань» відкривається окремо по кожному коду програмної класифікації видатків чи функціональної класифікації видатків. Крім того, окремо ведеться облік асигнувань отриманих установою із загального та окремо із спеціального фонду бюджету. Для цього відкриваються окремі картки. Картка підписується виконавцем та особою, що її перевірила.

Список використаних джерел:

1. Бюджетний кодекс України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua>.
2. Іскрижицька Ф. Нове у бухгалтерському обліку власних надходжень // Казна України – 2010. – №3(6). – с.11-13.
3. Левицька, С.О. Фінансові результати діяльності одержувачів бюджетних коштів: економічна сутність, вітчизняна та міжнародна практика обліку [Текст] / С.О. Левицька // Економічний аналіз. – 2008. – № 2. – С. 361-369.
4. Лемішовський, В. І. Бюджетні установи: бухгалтерський облік та оподаткування [Текст] : навчальний посібник / Мін-во освіти і науки України, Нац. ун-т "Львівська політехніка" ; ред. В. І. Лемішовський. – 3-е вид., доп. і перероб. – Львів: Інтелект-Захід, 2008. – 120 с.
5. Лондаренко, О.О. Економічна природа видатків та її вплив на обліково-аналітичні аспекти бюджетних установ [Текст] / О. О. Лондаренко // Економіка. Фінанси. Право. – 2008. – № 9. – С. 15-19
6. Міжнародні стандарти бухгалтерського обліку державного сектору [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.minfin.gov.ua>. – Міністерство фінансів України.

СЕКЦІЯ ПСИХОЛОГО-ПЕДАГОГІЧНОГО ЦИКЛУ

ОСОБЛИВОСТІ ВНУТРІШНЬООСОБИСТІСНИХ КОНФЛІКТІВ У ЮНАЦЬКОМУ ВІЦІ

Волинець К.В.

студентки 2 курсу магістратури спеціальності «Психологія»

Степаненко Л.В.

к. психол. н., доц. каф. психології ДДПУ

У більшості зарубіжних теорій внутрішньособистісного конфлікту, основу становить категорія протиріччя, внутрішньої боротьби й поняття психологічного захисту (Р. Ассаджолі, А. Маслоу, К. Роджерс, Л. Фестінгер, З. Фрейд, К. Хорні, К. Юнг та ін.). Крім того, протікання внутрішньособистісного конфлікту пов'язують з негативними переживаннями.

Представники психоаналізу зробили спробу пошуку суті внутрішньособистісного конфлікту, насамперед, з урахуванням суперечностей структури особистості. Вони одними із перших звернули увагу на наявність в особистості величезного ірраціонального прошарку, у якому зосереджено різні інстинкти, мотивації, що є основою механізмів утворення багатьох психічних порушень.

У гуманістичній психології (К. Роджерс, А. Маслоу) конфлікт не є чимось неминучим, тому психологічний захист є реальним лише за наявності перебігу конфлікту.

Серед вітчизняних психологів внутрішні конфлікти розглядають, як результат гострого незадоволення глибоких й актуальних мотивів і відносин особистості (В. Є. Василюк, М. Д. Левітов, О. Р. Лурія, В. М. М'ясищев, В. М'ясищев, Т. М. Титаренко). Відповідно до поглядів вчених, конфлікт виникає в результаті зіткнення двох внутрішніх спонукань, відображених у свідомості у вигляді самостійних цінностей. Внутрішній конфлікт протікає у формі особливого «ціннісного переживання». Показником внутрішнього конфлікту є сумнів у щирій цінності мотивів і принципів, якими керується в житті суб'єкт.

Згідно з позиції вітчизняних вчених, в юнацькому віці внутрішньособистісні конфлікти частіше виникають у ціннісно-смісловій сфері. Вони виникають внаслідок неузгодженості між значимістю таких життєвих цінностей як власне здоров'я, сімейне життя, матеріальна забезпеченість і доступність цих цінностей. Індикаторами внутрішньособистісних конфліктів молодих людей виступають протиріччя між «Я-реальним» та «Я-ідеальним», високий рівень тривожності, прояв агресивності та фрустрації.

У внутрішньособистісному конфлікті емоційна складова представлена психоемоційною напругою, яка виникає в ситуації незадоволення собою, страху, переживання негативних емоційних станів. Виникає усвідомлення самотності (ізолюваності) і внутрішньої спустошеності, що супроводжується

розчаруванням, печаллю, образою, соромом та гнівом. У подібному стані людина не здатна вести себе раціонально.

Л. І. Божович в описі юнацького віку головну увагу приділяє розвитку мотиваційної сфери особистості; визначенню свого місця в житті, формування світогляду і його впливу на пізнавальну діяльність, самосвідомість і моральному свідомість. Вирішальне значення надається динаміці «внутрішньої позиції». Саме ця внутрішня позиція обумовлює певну структуру ставлення до дійсності, до оточуючих і до самого себе. Завданням юнацького віку є створення стійкої соціально прийнятної внутрішньої позиції.

І.С.Кон зазначав, що для юнацького віку характерним є накопичення умінь і зміни окремих властивостей інтелекту, оскільки він має велике значення у формуванні індивідуального стилю розумової діяльності. У пізнавальних процесах інтелект виступає як «стиль мислення», який являє собою стійку сукупність індивідуальних варіацій в сприйнятті, запам'ятовуванні, мисленні, за якими стоять різні шляхи придбання, накопичення, переробки та використання інформації.

Зовнішні конфлікти супроводжують гострі конфлікти у внутрішньому світі особистості. Слід зазначити, що соціально-культурне формування не закінчується до юнацького періоду розвитку на думку А. В. Петровського, тобто не закінчується формування особистості. Зміни на рівні категорії особистості пов'язані з формуванням Я-концепції. Свою свідомість і пізнання юнак звертає всередину і вчиться розуміти самого себе, правильно сприймати і оцінювати свої особистісні якості і своє становище серед інших. Поява нових питань про себе і нових контекстів, веде до перебудови самосвідомості, відкриття свого внутрішнього світу.

Юнацьке «Я» ще невизначено, розпливчасто, нерідко переживається як невиразне занепокоєння або відчуття внутрішньої порожнечі, яку необхідно чимось заповнити. У зв'язку з цим виникає потреба в спілкуванні і одночасно підвищується його вибірковість, потреба в самоті. В ході спілкування зі значимими іншими відбувається засвоєння і привласнення позиції значущого іншого і перетворення її у внутрішню позицію, альтернативну своєї власної. Таким чином відкривається можливість утворення особистісного конфлікту при розбіжності власної позиції з позицією значущого іншого.

Найбільш активно проблему внутрішньоособистісних конфліктів розробляли у зарубіжній психологічній літературі. Зарубіжні дослідники розглядають внутрішньоособистісні конфлікти на основі концепцій особистості, які існують в тій чи іншій психологічній школі.

Аналіз поглядів вітчизняних психологів дозволяє виділити певну кількість підходів щодо визначення сутності внутрішньоособистісних конфліктів. У цих підходах внутрішньоособистісний конфлікт визначається як: зіткнення протилежних тенденцій, потреб, мотивів; «презентація» назрілого протиріччя; невідповідність між можливостями та бажаннями особистості, між особистістю і «роллю», яку вона змушена виконувати, між образами «Я актуального» і «Я

ідеального, між рівнем самооцінки індивіда і реальністю, а також порушенням адаптивних механізмів, нормального функціонування психологічного захисту.

ПСИХОЛОГІЧНИЙ СУПРОВІД СОЦІАЛЬНИМИ ПЕДАГОГАМИ

Дубік С.

студентки 2 курсу магістратури спеціальності «Психологія»

Кожна із цих професійних ролей припускає, по-перше, специфічні здатності (наприклад, викладач); по-друге, кожна роль визначає пріоритетну цінність формованих у процесі підготовки вмінь (наприклад, функція "посередника" вимагає інших навичок, чим функція дослідника); по-третє, кожна професійна роль має набір конкретних функцій, реалізованих виконавцем (наприклад, комунікативна функція активного слухання входить у функціонал практичного соціального працівника).

Можна більш докладно розглянути функціонал деяких професійних ролей. Насамперед, соціальний працівник виступає посередником між клієнтом і соціумом. Він сприяє, з одного боку, ефективної адаптації клієнта в цьому соціумі, з іншого боку - процесу подолання відчуження соціуму від турбот реальних людей. Здійснення цих функцій можливо за певних умов: розуміння соціальним працівником проблем клієнта; здатність соціального працівника до адекватного вираження й репрезентації життєвих проблем клієнта; знання посередником соціальних ресурсів, якими керують установи й організації; знання соціальним працівником інструментальних можливостей суміжних професій, представники яких залучаються до рішення життєвих проблем клієнта; наявність взаєморозуміння різних фахівців й їхнє ефективне співробітництво, готовність соціального працівника стати посередником у їхньому спілкуванні; делегування клієнтом соціальному працівникові представницьких повноважень; делегування соціальному працівникові відповідних повноважень із боку державних установ й організацій; визнання права соціального працівника на часткове представництво суміжних професій; довіра сторін посередникові, що досягається його професіоналізмом.

Професійні ролі соціального працівника можуть бути класифіковані й більш диференційовано. Професор Зимова І.А., посилаючись на закордонних авторів, приводить 13 професійних ролей, зміст яких описується через функції.

Соціальний працівник, що встановлює людей, групи людей, що випробовують труднощі (що перебувають у кризовій ситуації) або які знаходяться в небезпеці бути підданими деякому насильству (що перебувають у стані ризику). Завданням цього соціального працівника є встановлення факторів оточення, що створюють проблеми. Ця роль може бути названий "Визначник клієнта".

Соціальний педагог повинен уміти: організувати діяльність і співпрацю дітей; володіти деякими прийомами артистизму, мовою, подихом, ритмом і постановкою голосу, мімікою й жестами; знаходити в бесіді той тон і мову, що дасть можливість говорити з жебраками й алкоголіками, наркоманами й повіями або з дитиною, що потрапила в лихо. Не просто говорити, а переконати й вплинути.

Необхідними й достатніми умовами формування особистості соціального педагога є наступні якості: професійна спрямованість особистості виражається в адекватному розумінні цілей і завдань професійної діяльності, наявність сформульованих професійних мотивів, стійких інтересів, схильностей, поглядів, переконань, ідеалів, що відносяться до обраної професії; професійне мислення. Воно проявляється в діяльності, у процесі рішення завдань і тому визначають її успішність; професійна самосвідомість, тобто свідомість особистістю самого себе в професійній діяльності, у всьому різноманітті своїх професійних якостей, можливостей, здатностей.

Отже, професійна майстерність базується на фундаментально загальній, загальнокультурній підготовці й забезпечується єдністю загального й професійного розвитку особистості.

Соціально-педагогічні функції виконують система професійно-технічної освіти, мережа установ підтримки дітей-сиріт і дітей, що залишилися без піклування батьків (дитячі будинки, школи-інтернати для дітей з недоліками розумового й фізичного розвитку), установи додаткової освіти, клуби за місцем проживання, фахівці з організації дитячого й молодіжного руху.

Соціальний педагог: здійснює комплекс заходів щодо виховання, освіти, розвитку й соціальному захисту особистості в установах і за місцем проживання що навчаються (вихованців, дітей); вивчає психолого-медичні й педагогічні особливості особистості, що навчаються (вихованців, дітей) і її мікросередовища, умови життя; виявляє інтереси й потреби, труднощі й проблеми, конфліктні ситуації, відхилення в поведженні тих, що навчаються (вихованців, дітей), і вчасно надає їм соціальну допомогу й підтримку; виступає посередником між тими, що навчаються (вихованцем, дитиною), і установою, родиною, середовищем, фахівцями різних соціальних служб, відомств й адміністративних органів; визначає завдання, форми, методи соціально-педагогічної роботи, способи рішення особистих і соціальних проблем, вживає заходів по соціальному захисті й допомозі, реалізації прав і свобод осіб, що навчаються (вихованців, дітей); організує різні види соціально-педагогічної діяльності тих, що навчаються (вихованців, дітей), і дорослих, заходи, спрямовані на розвиток соціальних ініціатив, реалізацію соціальних проектів і програм, бере участь у їхній розробці й твердженні; сприяє встановленню гуманних, морально здорових відносин у соціальному середовищі; сприяє створенню обстановки психологічного комфорту й безпеки особистості, що навчається (вихованців, дітей), забезпечує охорону їхнього життя й здоров'я; здійснює роботу із працевлаштування, патронату, забезпеченню житлом,

посібниками, пенсіями, оформленню ощадних вкладів, використанню цінних паперів тих, що навчаються (вихованців, дітей), із числа сиріт і дітей, що залишилися без піклування батьків; взаємодіє із учителями, батьками (особами, їх що замінюють), фахівцями соціальних служб, сімейних і молодіжних служб зайнятості, із благодійними організаціями, у наданні допомоги тому, що навчається (вихованцям, дітям), що бідують в опіці й піклуванні, з обмеженими фізичними можливостями, девіантним поведінням, а також попали в екстремальні ситуації.

ПСИХОЛОГІЧНІ ЧИННИКИ ДЕЗАДАПТИВНОЇ ПОВЕДІНКИ ПІДЛІТКІВ

Мацокіна В.Ю.

студентка 2 курсу магістратури спеціальності «Психологія»

Науковий керівник – канд. психол. наук, доц.

Резнікова О.А.

Складні соціально-економічні і політичні відносини в сучасному суспільстві, несприятлива екологічна ситуація в країні обумовлюють зниження здоров'я населення, особливо молоді й його частини. Для сучасних дітей, підлітків і молоді характерне зниження психічної стійкості, підвищений стан нервово-психічної напруги, неконструктивні стратегії поведінки. Разом з тим, перед молодим поколінням постають складні проблеми адаптації в суспільстві. Здатність до адаптації є найважливішою умовою для збереження психічного здоров'я, розвитку й удосконалювання особистості.

Особливо гостро проблема адаптації постає в кризові періоди розвитку особистості. Підлітковий вік традиційно вважається одним з найбільш критичних моментів в психічному розвитку особистості. І в першу чергу, це відбувається значними змінами в мотиваційній сфері підлітків. З мотиваційної сфери черпаються конкретні мотиви поведінки підлітка. Через неї, підліток включається в механізми поведінки, зокрема дезадаптованої. Вивчення процесу виникнення і формування мотивів поведінки допомагає зрозуміти джерела спонукальної сили тих чи інших вчинків, у тому числі, мотивацію дезадаптивної поведінки підлітка.

Поняття «дезадаптації» є антонімічним стосовно поняття «адаптація» і розглядається у зв'язку з постійною неузгодженістю в системі «потреби індивіда – середовище», що не забезпечує адекватне регулювання особистісно-середовищної взаємодії, підтримуючи адаптаційну напругу. Причини дезадаптації можуть бути різноманітними: деформації в розвитку й задоволенні потреб, моральних переконань, безвідповідальність, відсутність почуття обов'язку, нездатність прийняти самостійне рішення й підтвердити слова справою, психічні патології, а також упереджене оціночне ставлення, нещирість, цинізм оточуючих, душевна глухота й сліпота тощо [1].

Створення узагальнюючої концепції підліткової дезадаптації зумовлюють пошук глибинних мотивів дезадаптації особистості, відмови від декларованих методів перевиховання.

В процесі роботи було висунуто припущення про те, що основними критеріями, що виявляють психічну дезадаптованість, є нервово-психічне напруження, стан підвищеної тривоги, астенія; характеристики потребово-мотиваційної сфери особистості виступають у якості психологічних чинників, що поряд з іншими детермінантами визначають дезадаптивні процеси в підлітковому віці.

Вибірку дослідження склали 98 школярів у віці 13,5 – 15 років.

За результатами анкетування вчителів, бесід із батьками, вчителями була визначена група підлітків, у яких спостерігалися яскраво виражені дезадаптаційні реакції за зовнішнім критерієм, тобто порушення нормативної поведінки: агресія(фізична), грубість із вчителями, батьками, однолітками, цькування однолітків, зухвалість та інше. Ця група підлітків складала вибірку дослідження внутрішніх критеріїв дезадаптивної поведінки та її психологічних чинників.

Аналіз показників нервово-психічного стану підлітків показав вираженість індикаторів психічної дезадаптації. У досліджуваних домінує високий рівень шкільної, самооцінної та міжособистісної тривожності. Високий рівень тривожності свідчить про фрустрацію найважливіших потреб підлітка, пов'язаних із внутрішньою позицією підлітка у реальному навчальному процесі та міжособистісній взаємодії. Оптимальна нервово-психічна напруга, що забезпечує спонукання до дії, досягнення поставлених цілей спостерігається тільки у третини підлітків з порушенням нормативності поведінки. Дві третини підлітків мають слабку та надмірну нервово-психічну напругу, що свідчить про дезадаптивні характеристики їх психічного стану. У половини досліджуваних підлітків спостерігається симптоматика невротичної астенії або наголошуються прикордонні, які виявляються у втомі, підвищеній стомлюваності, зниженням працездатності, дратівливості, чутливості до зовнішніх і внутрішніх подразників. Аналогічні відсоткові значення мають показники ризику дезадаптації. Це говорить про те, що у цих підлітків неблагоприємний прогноз стійкості до стресу.

Встановлено прямий позитивний зв'язок між дезадаптацією та наступними характеристиками нервово-психічних станів підлітків – нервово-психічна напруга, шкільна тривожність, самооцінна тривожність, міжособистісна тривожність, астенія.

Результати дослідження дозволяють зробити висновок про те, що підлітки з девіантною поведінкою, зовнішній критерій адаптації яких відображає невідповідність реальної поведінки особистості установам суспільства, вимогам середовища, правилам і критеріям нормативної поведінки, що прийняті у соціумі, мають одночасно дезадаптацію за внутрішнім

критерієм. Тобто у даному випадку ми маємо справу із системною соціальною дезадаптацією за внутрішнім і зовнішнім критеріями.

Для підлітків, які брали участь у дослідженні найменший ступінь задоволення мають одні й ті ж потреби, а саме: матеріальні, у безпеці та у самовизначенні. Найменша напруга реєструється щодо потреби у визнанні та соціальних потреб. Сполучення ж фрустрації матеріальних потреб з потребою у безпеці, що ми спостерігаємо у підлітків, ймовірно є одним із чинників, що визначає дезадаптовану особистість. Найбільш доступною для себе підлітки вважають цінність щасливого сімейного життя.

У підлітків найбільш фрустрована потреба у безпеці. Для цих підлітків найбільш значущими є цінності, що пов'язані із міжособистісними стосунками (щаслива сім'я, друзі, кохання). Внутрішній конфлікт (Д<Ц) у підлітків відчувається стосовно цінностей «наявність хороших і вірних друзів», «щасливе сімейне життя» та «свобода». Найбільший мотиваційний конфлікт зареєстровано за цінністю «щасливе сімейне життя». Найбільший внутрішній вакуум (Ц<Д) підлітки відчувають стосовно цінності «цікава робота», яка не викликає ніяких спонукальних дій у досліджуваних. Їм властивий високий і середній рівень вираження потреби у пошуках відчуттів. Можна припустити, що більшість підлітків з високим ризиком дезадаптації таким чином задовольняють притаманний їм високий рівень потреби у пошуках відчуттів.

Встановлено прямий позитивний зв'язок між дезадаптацією та наступними характеристиками мотиваційної сфери підлітків – фрустрація потреби самовизначення, фрустрація матеріальних потреб, фрустрація потреби у безпеці, потреба у пошуках гострих відчуттів, внутрішньоособистісні конфлікти Ц>Д, внутрішньо особистісний вакуум Д<Ц. Отже, чим вищі показники цих характеристик мотиваційної сфери, тим вищий рівень ризику дезадаптації.

Таким чином, мотиваційна сфера дезадаптованих підлітків має свої специфічні властивості та є психологічним чинником, який поряд з іншими детермінантами визначає дезадаптаційну поведінку. Психологічним змістом психокорекції дезадаптивної поведінки підлітків повинен стати прямий та опосередкований психолого-педагогічний вплив на мотиваційну сферу його особистості з метою позитивної зміни її структурно-динамічних особливостей. Врахування провідних тенденцій мотиваційної сфери підлітків дозволить розробляти диференційовані та ефективні програми такого впливу.

Список використаних джерел:

1. Реан А. А. Психология адаптации личности / А. А. Реан, А. Р. Кудашев, А. А. Баранов. – СПб.: Прайм-Еврознак, 2006. – 479.

ОСОБИСТІСНІ ЧИННИКИ ПРОФЕСІЙНОГО САМОВИЗНАЧЕННЯ СТАРШОКЛАСНИКІВ

Солодухов В.В.

студент 2 курсу магістратури спеціальності «Психологія»

Науковий керівник: канд. психол. наук, доц.

Резнікова О.А.

У юнацькому віці актуалізується процеси особистісного і професійного самовизначення. Характерна для раннього юнацького віку зовнішня ситуація – це зміна соціального статусу, нові соціальні умови, стосунки і обставини, початок засвоєння нових видів діяльностей, розширення соціальних контактів. Саме ці обставини, а також об'єктивна необхідність визначити своє місце у дорослому житті, що постає перед особистістю, і становлять головний аспект соціальної ситуації розвитку у юнацькому віці [1].

Внутрішня потреба особистості у життєвому самовизначенні, що характерна для даного етапу її розвитку, вимагає від неї зробити вибір, прийняти певне рішення. Вчинки особистості, її рішення, реакція на ситуацію і обставини будуть опосередковані її цінностями, переконаннями, сформованою на той час життєвою позицією. Отже проблема особистісного та професійного самовизначення є актуальною для юнацького віку.

Гіпотезою нашого дослідження стало припущення про те, що професійне самовизначення особистості старшокласника опосередковано особистісними чинниками, серед яких ми виділяємо мотиваційні фактори, ціннісні орієнтації, спрямованість та рівень самоактуалізації особистості.

В результаті першого етапу дослідження було встановлено відмінності в показниках суб'єктивної професійної визначеності старшокласників, що дозволило розділити вибірку на дві групи – групу «професійно визначених» та групу «професійно невизначених».

Група «професійно визначених» старшокласників висловили почуття ясності, визначеності відносно професійних перспектив. Вони впевнені, що визначилися щодо майбутньої професії та ясно уявляють як здійснити прийняте рішення. Група професійно невизначених старшокласників висловили сумніви, невпевненість, проблематичність, невизначеність.

Ми порівняли профілі мотиваційних компонентів вибору професії у групах з високою і низькою «успішністю» професійної само визначеності. Розходження виявилися за мотиваційним компонентом «відповідне соціальне оточення». Цей фактор називається фактором «комунікативної вибіркості». Для «успішних» учнів характерна більша значущість соціального оточення, в якому буде здійснюватися професійна діяльність. Отриманий результат підтверджує наявність тісних зв'язків професійного самовизначення із соціальним і особистісним самовизначенням.

Були виявлені переважні термінальні цінності учнів. Групи старшокласників з високим і низьким рівнем професійного самовизначення

було порівняно за показниками індивідуальної значущості термінальних цінностей. Найбільш помітні відмінності між групами виявилися за трьома факторами: «розвиток себе», «духовне задоволення», «збереження індивідуальності».

Високий показник за шкалою «розвиток себе» відбиває цінність для особистості самовдосконалення, розвитку своїх потенційних здібностей. Процеси саморозвитку і самовдосконалення особистості неможливі без її самопізнання. Тому, особистості, яка хоче розвиватися, як правило, притаманний виражений інтерес до психологічної інформації про себе. Очевидно, що старшокласники, які мають високий рівень професійного самовизначення, прагнуть до саморозвитку, виявляють більш високий рівень розвитку рефлексії. Це сприяє більш різнобічному і глибинному підходу особистості до розв'язання існуючих проблем у профорієнтації.

Високий бал за фактором «духовна задоволеність» свідчить про прагнення людини отримувати моральне задоволення у різних сферах життя, робити те, що цікаво і відповідає духовним потребам. Тому у процесі професійного самовизначення учні, що орієнтуються на свої спрямування та пізнавальні інтереси, прагнуть обрати таку професію, яка буде їм цікава мають більшу «успішність». Спираючись на ці важливі фактори професійного самовизначення, старшокласник може значно ефективніше орієнтуватися у виборі майбутньої професійної діяльності і формувати особистий професійний план, адекватний його здібностям і спрямуванням, його реалізаційній спрямованості.

Високий результат за шкалою «збереження власної індивідуальності» свідчить про те, що особистість прагне незалежності, не хоче піддаватися масовим тенденціям. Для неї є цінним зберегти свою неповторність і своєрідність. Очевидно, учні з високим рівнем професійної самовизначеності, як правило, спираються на власні погляди і переконання. Самостійність і високий рівень усвідомлення особистістю своєрідності і особливостей своєї індивідуальності позитивно відобразилися на процесі і результативності професійного самовизначення.

Значущими життєвими сферами для учнів, що мали високий рівень професійного самовизначення виявилися: сфера сімейного життя, сфера суспільного життя і сфера захоплень. Цікаво, що сфери професійного життя, освіти і навчання не є для них винятково важливими. За показниками значущості сфер професійного життя і сфери навчання група високого рівня професійного самовизначення і група низького рівня професійного самовизначення майже не відрізняються.

Розходження між групами з високою і низькою професійною самовизначеністю виявилися за типом особистісної спрямованості на діло (Д). Це зацікавленість у вирішенні ділових проблем, виконанні роботи якнайкраще, орієнтація на ділове співробітництво, здатність відстоювати в інтересах справи власну думку, якщо вона корисна для досягнення спільної мети. Також звертає

на себе увагу значна вираженість показника особистісної спрямованості на себе (Я) в обох групах. Цей показник свідчить про орієнтацію на пряму винагороду і задоволення безвідносно роботи, агресивність у досягненні статусу, владність, схильність до суперництва, дратівливість, тривожність, інтровертованість. Це, на наш погляд, відбиває деформаційні тенденції світогляду сучасного суспільства, що знаходить втілення в особистісних спрямованостях молодих людей.

Успішність професійного самовизначення особистості виявилася пов'язаною із рівнем її потєби у самоактуалізації. Встановлено, що учні з високим рівнем професійного самовизначення відрізняються високими показниками за фактором «цінності само актуалізації». Високий бал за шкалою «цінності само актуалізації» означає, що людина поділяє ті цінності, якими, згідно А.Маслоу є істина, цілісність, добро, краса, справедливість, життєвість, унікальність, досконалість, порядок. Професійне самовизначення особистості буде успішнішим, коли воно відбувається у відповідності з духовними цінностями.

Таким чином, в результаті дослідження було встановлено, що група старшокласників з високим рівнем професійного самовизначення відрізняється:

- 1) у профілі мотиваційних компонентів вибору професії за фактором орієнтації на відповідне соціальне оточення (комунікативна вибірковість);
- 2) у профілі термінальних цінностей за трьома факторами: «розвиток себе», «духовне задоволення», «збереження індивідуальності»;
- 3) у профілі інструментальних цінностей: сфера сімейного життя, сфера суспільного життя і сфера захоплень;
- 4) у характері спрямованості – за типом особистісної спрямованості на діло;
- 5) у показниках рівня самоактуалізації за шкалою «цінності само актуалізації».

Спираючись на отримані дані та на результати їх якісного аналізу дослідження можна зауважити, що професійне самовизначення виявився більш успішним для старшокласників, орієнтованих на духовні цінності, самостійних, незалежних і відкритих. Оскільки професійне самовизначення не завершується первинним вибором професії, актуальним напрямом подальших досліджень може стати вивчення психологічних умов професійного самовизначення на інших етапах розвитку професійної кар'єри особистості.

Список використаних літературних джерел:

1. Пряжников Н.С. Профессиональное и личностное самоопределение / Н.С. Пряжников. – М.; Воронеж, НПО, МОДЭК, 1996.– 290 с.

*Збірка тез доповідей на Всеукраїнській науково-практичній конференції
«Актуальні питання сучасної науки і освіти»,
23-24 травня 2018 року.
(Випуск 4)*

Відповідальний редактор: А.В. Малахова – к.е.н., доцент

Комп'ютерна верстка – А.В. Малахова – к.е.н., доцент