

2. Організаційні: оптимізація використання виробничих запасів та посилення контролю за їхнім станом та структурою.

3. Інноваційні: впровадження ресурсозберігаючих технологій.

Раціональне використання виробничих запасів на підприємстві є найважливішим фактором зниження матеріаломісткості й собівартості виробленої продукції, підвищення прибутковості й рентабельності виробництва. Запропоновані напрями поліпшення використання виробничих запасів на підприємстві ПАТ «Полтавський автоагрегатний завод» сприятимуть створенню резервів для підвищення ефективності використання як виробничих запасів, так і оборотних засобів загалом. Перспективи подальших досліджень полягають у розробці нових методів управління виробничими запасами, які зменшуватимуть вартість їх утримання, та плануванні розробок моделей, що дозволять забезпечити оптимальну наявність виробничих запасів для досягнення максимального зростання ефективності їх використання.

Список використаних джерел: 1. Фінансова звітність ПАТ «Полтавський автоагрегатний завод». URL: <https://smida.gov.ua/db/participant/00232124>. 2. Інструкція про застосування Плану рахунків бухгалтерського обліку активів, капіталу, зобов'язань і господарських операцій підприємств і організацій від 30.11.1999 № 291 (із змінами, внесеними згідно до наказу Міністерства фінансів від 18.06.2015 р. № 573). URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/z0893-99/page>.

УДК 657:640.43

О. Є. Кононова, канд. екон. наук, доцент, доцент кафедри фінансів, обліку та маркетингу

О. Л. Шпатакова, аспірантка кафедри фінансів, обліку та маркетингу

Є. Ю. Головченко, магістр кафедри фінансів, обліку та маркетингу

ДВНЗ «Придніпровська державна академія будівництва та архітектури», м. Дніпро, Україна

ПРОЦЕС ВПРОВАДЖЕННЯ СИСТЕМИ ЗБАЛАНСОВАНИХ ПОКАЗНИКІВ ЯК ІНСТРУМЕНТ СИСТЕМИ УПРАВЛІНСЬКОГО ОБЛІКУ Й АУДИТУ

Ключові слова: система збалансованих показників, фінансова звітність, управлінський облік, стратегія, ефективність.

У сучасних умовах інтеграції вітчизняної економіки на європейські стандарти організації управлінського процесу виникає необхідність застосування нових підходів до управління бізнесом, які дозволяють комплексно й більш всебічно оцінити діяльність підприємства та керувати ним. Система збалансованих показників (The Balanced Scorecard, BSC) являє собою один із найновіших підходів управлінського обліку. У багатьох розвинених країнах він отримав широкий розвиток як у теорії, так і на практиці як найбільш ефективний метод управління сучасним бізнесом.

Відповідно до положень праць сучасних учених Р. Каплана і Д. Нортон, можна виділити таке визначення BSC: «Система збалансованих показників є інструментом, що дозволяє повномасштабно пов'язати стратегію підприємства з оперативним бізнесом; крім того, дана система дає можливість приймати більш об'єктивні рішення в області розподілу ресурсів».

Система збалансованих показників не заперечує використання традиційних фінансових показників. Однак вони відображають інформацію тільки про минулі події. Ця інформація цілком влаштовувала підприємства індустріальної ери розвитку, в якій інвестиції в довгострокові можливості та взаємозв'язки зі споживачами не були критичними факторами для успіху. Фінансові показники є недостатніми для оцінки діяльності підприємства в період інформаційної ери, коли компанії повинні збільшувати свою майбутню вартість через споживачів, постачальників, своїх працівників, нові технології та інновації. Система збалансованих показників охоплює найважливіші аспекти діяльності підприємства: споживчий аспект; аспект, що характеризує внутрішні бізнес-процеси; фінансовий аспект та аспект, що характеризує навчання і перспективи зростання співробітників [1].

Згідно з визначенням, що міститься у словнику офіційних термінів Привілейованого Інституту Бухгалтерів з Управлінського обліку в США (The Chartered Institute of Management Accountants): «Система збалансованих показників – це підхід, необхідний для забезпечення менеджменту компанії інформацією, що допомагає у формулюванні стратегічної політики та

цілей організації. Це підхід робить акцент на тому, що користувача необхідно об'єктивно й неупереджено забезпечити інформацією, яка спрямована на всі значущі ділянки діяльності організації. Надана інформація повинна включати в себе як фінансові, так і нефінансові елементи і покривати такі області, як прибутковість компанії, задоволення споживачів, внутрішня ефективність та інновації» [2].

Можна зазначити, що система збалансованих показників є принципово новою технологією управлінського обліку, яка дозволяє найбільш об'єктивно оцінити ефективність діяльності організації й повномасштабно пов'язати стратегію бізнесу з оперативною діяльністю. Засновниками цього підходу є американські дослідники Роберт Каплан (Robert Kaplan, Harvard Business School) і Девід Нортон (David Norton, Renaissance Solutions, Inc.). Розробка BSC була розпочата в 1990 році. Саме в цей час дослідний центр всесвітньо відомої аудиторсько-консалтингової компанії почав вивчення проблеми ефективності управління та пошук інструментів, які могли б забезпечити її підвищення. Основною метою розпочатого дослідження був пошук нових методів, які засновані на нефінансових показниках і які дають змогу об'єктивно вимірювати ефективність діяльності організації.

Впровадження системи BSC не є простим процесом, але в разі успіху цей метод дозволяє кардинально поліпшити фінансові показники підприємства. Система BSC допомагає здійснювати складні програми змін і виявляти фактори, що забезпечують компанії довготривалі конкурентні переваги. Процес впровадження системи збалансованих показників можна умовно поділити на такі стадії.

Стадія 1. Подання та обґрунтування довгострокової діяльності організації, цілі і стратегії. Процес впровадження системи BSC починається зі спільної роботи команди вищого менеджменту організації над тим, як перевести місію організації в конкретні стратегічні завдання. Спочатку менеджери розглядають фінансовий і споживчий аспекти діяльності організації та намагаються прийти до єдиного погляду на дані аспекти.

Після того як розглянуто фінансовий і споживчий аспекти, організація починає розробляти цілі й показники для вимірювання внутрішніх бізнес-процесів. У цьому й полягає перевага і новизна BSC. Традиційні вимірювальні системи, навіть якщо вони використовують багато нефінансових показників, фокусуються переважно на оптимізації витрат, якості, часу виготовлення продукції. Система BSC розглядає ці процеси більш критично, тобто з того погляду, що можна зробити для досягнення прориву в області, підвищення ефективності діяльності організації щодо споживачів і акціонерів. Дуже часто такий підхід допомагає виявити нові внутрішні бізнес-процеси, які організація може використовувати для того, щоб досягти успіху в досягненні стратегічних цілей. Наприкінці розглядаються цілі, спрямовані на навчання та зростання.

Стадія 2. Розробка комунікаційних взаємозв'язків в організації. Стратегічні цілі й показники повинні бути розповсюджені всередині компанії за допомогою листів, бюлетенів, відеозаписів або навіть через комп'ютерну мережу. Такі комунікаційні системи повідомляють усім співробітникам підприємства про те, які критичні цілі повинні бути досягнуті, щоб стратегія організації була успішною. Система BSC також забезпечує основу для комунікаційних зв'язків між бізнес-одинацями і вищим менеджментом (радою директорів). Система BSC здатна встановлювати не тільки короточасні фінансові цілі, але також довгострокові, спрямовані на збільшення ефективності роботи організації в майбутньому. У результаті застосування комунікаційних систем кожен член організації повинен зрозуміти довгострокові цілі (goals), а також те, яка стратегія повинна бути застосована для того, щоб досягти таких цілей. Кожен працівник організації повинен сформулювати свої особисті дії, які повинні привести до того, що будуть досягнуті стратегічні цілі бізнес-одинаць (у цьому якраз і полягає процес навчання співробітників).

Стадія 3. Планування й постановка завдань. Система BSC ініціює необхідні зміни в організації. Менеджери вищої ланки повинні встановити конкретні значення на 3-5 років для показників, визначених у межах BSC, та які в разі їх досягнення змінять компанію (цілями можуть бути збільшення обсягу продажів на 100 % за 3 роки, збільшення вартості акцій компанії в 2 рази за

3 роки тощо). Для того щоб досягти таких амбітних цілей, повинні бути ідентифіковані точкові цілі (проміжні підсумкові показники) в межах кожного аспекту діяльності організації.

Стадія 4. Стратегічний зворотний зв'язок. Процес стратегічного навчання (strategic learning) починається з вироблення чіткого визначення загальної місії і потім триває в організації постійно, оскільки кожен співробітник повинен знати і розуміти, для чого необхідна система збалансованих показників і яка власне його роль у процесі впровадження цієї системи на підприємстві.

Список використаних джерел: 1. Николаева О. Е., Алексеева О. С. Управленческий учет. Москва: Эдиториал УРСС, 2004. 300 с. 2. Бизнес: Оксфордский толковый словарь: Англо-русский: Свыше 4000 понятий. Москва: Изд-во «Прогресс-Академия»; изд-во РГГУ, 1995. 575 с.

УДК 657.1

Ю. Р. Ляшенко, студентка

Науковий керівник: **О. В. Комірна**, канд. екон. наук, доцент, доцент кафедри фінансового аналізу і аудиту

Київський національний торговельно-економічний університет, м. Київ, Україна

ВИЗНАЧЕННЯ ТА ОЦІНКА РИНКОВОЇ ВАРТОСТІ ОБ'ЄКТІВ НЕРУХОМОСТІ

Ключові слова: оцінка нерухомості, дохідний підхід, метод прямої капіталізації доходу, метод дисконтування майбутніх грошових потоків.

В умовах становлення ринкових відносин проблема оцінки нерухомості набуває великого значення як важлива складова теорії та практики обліку й аналізу, оскільки поняття «нерухомість» і «оцінка нерухомості» виникли в нашому суспільстві лише із процесом переходу до ринкової економіки.

Оцінка нерухомості – найбільш поширений вид оцінки, який визначає об'єктивну ринкову вартість об'єкта й зазвичай залежить від типу нерухомого майна, розташування об'єкта нерухомості, вартості будівництва аналогічних об'єктів, загального рівня цін, ринкової ситуації та ін. Оцінка нерухомості є дуже актуальною та користується великим попитом, адже цими послугами користуються дуже багато компаній, а також банківських установ. На сьогодні оцінюють різноманітну нерухомість, а саме: квартири, будинки, нежилі приміщення, офіси та ін.

Згідно з вимогами Національного стандарту № 1 «Загальні засади оцінки майна і майнових прав» [4], базою оцінки прийнято обирати ринкову вартість об'єкта. Відповідно до національного стандарту «ринкова вартість – вартість, за яку можливе відчуження об'єкта оцінки на ринку подібного майна на дату оцінки за угодою, укладеною між покупцем та продавцем, після проведення відповідного маркетингу за умови, що кожна зі сторін діяла зі знанням справи, розсудливо і без примусу».

Ринкова вартість об'єктів нерухомості визначається за допомогою методів і процедур оцінки, що відображають характер нерухомості та умови, за яких нерухомість продається найкращим чином на відкритому ринку.

Методи та способи оцінки ринкової вартості нерухомості можна згрупувати таким чином: дохідний підхід, витратний підхід, порівняльний (або ринковий) підхід. На підставі зазначених підходів розроблено методи і методики оцінки конкретних об'єктів.

Під час проведення оцінювання можна використовувати декілька методів, однак у висновку зазначити найбільш оптимальний, враховуючи специфіку об'єктів оцінки та стан ринку.

У межах дохідного підходу використовують методи прямої капіталізації доходу та дисконтування майбутніх грошових потоків. Дохідний підхід ґрунтується на врахуванні принципів ефективного використання та очікування, відповідно до яких вартість об'єкта оцінки визначається як поточна вартість очікуваних доходів від найбільш ефективного використання об'єкта оцінки, включаючи дохід від його можливого перепродажу [2].

Метод прямої капіталізації доходу являє собою сукупність прийомів, що дозволяють перетворювати величину чистого операційного доходу у вартість через ставку капіталізації. Застосовується у випадку, коли величина доходу є стабільною та не змінюється в часі або темпи приросту стабільні.