

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ТАВРІЙСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ АГРОТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ДМИТРА МОТОРНОГО
РАДА МОЛОДИХ УЧЕНИХ ТА СТУДЕНТІВ**



**МАТЕРІАЛИ
ВСЕУКРАЇНСЬКОЇ НАУКОВО-ТЕХНІЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ
МАГІСТРАНТІВ І СТУДЕНТІВ**

**За підсумками наукових досліджень 2019 року
ФАКУЛЬТЕТ ЕКОНОМІКИ ТА БІЗНЕСУ**



Мелітополь 2019

16. Михайличенко І.В. Аудиторська діяльність в Україні із запровадженням МСА 500 "Аудиторські докази"	54
17. Ніколова О.А. Розвиток аудиторської діяльності в Україні із запровадженням міжнародних стандартів аудиту	55
18. Ніколова О.А. Тенденції розвитку організації бухгалтерського обліку	56
19. Носаченко І.М. Статистична звітність у транспорті	57
20. Овдієнко В.В. Аудиторські процедури як джерело одержання доказів в аудиті	58
21. Патяка Т.А. Особливості обліку в неприбуткових установах	59
22. Романенко Є.Г. Умови забезпечення керованого впливу міжнародних стандартів аудиту на ефективність діяльності малого бізнесу в регіонах України	60
23. Самохвалова А.Ю. Сутність та оцінка фінансового стану підприємства	61
24. Стоєва Т.С. Роль прогнозування в процесі прийняття управлінських рішень	62
25. Тригубляк А.В. Облікова сутність фінансового результату	63
26. Туляганов С.Б. Професійна поведінка аудитора	64
27. Шварик О.М. Вдосконалення обліку розрахунків з постачальниками та підрядниками	65
28. Шварик О.М. Єдиний податок платників 3 групи: облік та звітність	66
29. Шварик О.М. Особливості обліку паливо-мастильних матеріалів на автотранспортних підприємствах	67
30. Шевченко О.І. Міжнародний стандарт аудиту 700	68
31. Шутєєв С.С. Удосконалення теорії бухгалтерського обліку цінних паперів	69
32. Щербаков К.С. Оподаткування та звітність неприбуткових установ	70
33. Щербаков К.С. Аналіз ефективності використання трудових ресурсів	71

СЕКЦІЯ «МАРКЕТИНГ»

1. Андрущенко С.В. Сучасні види інтернет реклами	72
2. Бенько В.В. Удосконалення комунікаційної стратегії підприємства	73
3. Бріцин А. О. Антикризовий контроль комунікаційних каналів	74
4. Веселов А. Ю. Управління онлайн-репутацією підприємства	75
5. Вовк І.В. Стратегічний аналіз зовнішнього середовища підприємства	76
6. Гребельна Г.В. Маркетингові дослідження діяльності ПРАТ «Дніпропетровський комбінат харчових концентратів» на ринку кави	77
7. Гребельна Г.В. Перспективи розвитку кавового бізнесу в запорізькій області	78
8. Дорошенко М. Функції упакування у процесі товароруку	79
9. Дударева А.В. Маркетингове дослідження ринку морозива	80
10. Іванов І. Принципи бездоганного маркетолога	81
11. Іванова Т. Тенденції розвитку пивного ринку України	82
12. Кашуба Н.І. Маркетингові онлайн комунікації	83
13. Краєва О.В. Роль ПАТ «Звенигород» на ринку твердих сирів	84
14. Краєва О. Упаковка як найбільш ефективний засіб та носій реклами товару-новинки	85
15. Крутікова А.О. Найефективніші комунікаційні методи на прикладі ПП «Завод двигун»	86
16. Крутікова А.О. Ребрендинг, необхідність та мета	87
17. Лебедка А.А. Стратегічний аналіз хлібопекарського підприємства	89
18. Михайлова М.С. Психологія кольору, як новітній інструмент маркетингових Комунікацій	90
19. Пазенко П.О. Маркетингове дослідження діяльності ПРАТ «Карлсберг» на ринку пива	91
20. Пазенко П.О. Сучасні засоби рекламування на ринку пива	92

ОБЛІКОВА СУТНІСТЬ ФІНАНСОВОГО РЕЗУЛЬТАТУ

Тригубляк А.В., anastasi.trh@gmail.com

Таврійський державний агротехнологічний університет імені Дмитра Моторного

З точки зору бухгалтерського обліку кінцевий фінансовий результат діяльності підприємства виражається в показнику прибутку або збитку. Для того, щоб побачити кінцевий фінансовий результат (прибуток, збиток) необхідно порівняти доходи звітного періоду і витрати, які понесені для одержання цих доходів.

За Національним положенням (стандартом) бухгалтерського обліку 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності» [1]:

1. доходи-це збільшення економічних вигод у вигляді надходження активів або зменшення зобов'язань, які призводять до зростання власного капіталу (за винятком зростання капіталу за рахунок внесків власників);

2. витрати- це зменшення економічних вигод у вигляді вибуття активів або збільшення зобов'язань, які призводять до зменшення власного капіталу (за винятком зменшення капіталу за рахунок його вилучення або розподілення власниками).

Показник фінансових результатів відображає найбільш прибуткову діяльність підприємства та слугує стимулом для інвестицій у подібну діяльність. Кожна економічна школа по різному розглядала поняття прибуток [2]. Підходи до тлумачення економічного змісту фінансових результатів відображені в таблиці 1.

Таблиця 1

№	Назва економічної школи	Тлумачення
1	Фізіократична	Прибуток, як основна форма фінансових результатів, виникає за рахунок природної родючості землі, тобто аграрне виробництво являється основним джерелом багатства.
2	Класична	Формування фінансових результатів відбувається в сфері виробництва, а прибуток, як заробітна плата і рента, є частиною вартості, яка в свою чергу створюється працею.
3	Неокласична	Подвійне трактування: з одної сторони фінансові результати формуються за рахунок капіталу та є ціною даного виробничого фактору, з іншої – формуються за рахунок комплексу всіх задіяних виробничих факторів.
4	Теорія трудового доходу	Фінансовий результат (прибуток) є результатом діяльності і винагородою підприємця.

Отже, виділити та розкрити сутність економічного змісту фінансових результатів однією послідовною концепцією практично неможливо. Зрештою, усі погляди та думки пояснюють деякі аспекти концепції фінансових результатів і заслуговують на увагу.

Список використаних джерел:

1. Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності» від 07.02.2013 р. №73 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0336-13>.
2. Йолтухівська Т. В. Аналіз теоретичних підходів до визначення поняття «фінансовий результат» / Т. В. Йолтухівська, В. Г. Лопатовський // Вісник Хмельницького національного університету. – 2015. – № 2. – С. 64-67.

Науковий викладач: Кучеркова С.О., к.е.н., доцент.