



Молодіжний економічний вісник ХНЕУ ім. С. Кузнеця

№ 3

Електронний журнал

березень 2018



ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ СЕМЕНА КУЗНЕЦЯ

**Молодіжний економічний вісник
ХНЕУ ім. С. Кузнеця**

№ 3

березень 2018

Електронний журнал

Виходить раз на місяць

Засновник – ХНЕУ ім. С. Кузнеця
Видавець – ФОП Лібуркіна Л. М.

**Затверджено на засіданні
вченої ради університету
№ 7 від 26.03.2018 р.**

Періодичність – щомісяця
Мова видання – українська, російська, англійська, французька,
німецька

Засновано в січні 2015 року згідно з рішенням вченої ради

Редакційна колегія

Пономаренко В. С. – докт. екон. наук, професор ХНЕУ імені Семена Кузнеця (головний редактор)

Афанасьєв М. В. – канд. екон. наук, професор ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Внукова Н. М. – докт. екон. наук, професор ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Гонтарева І. В. – докт. екон. наук, професор ХНЕУ ім. С. Кузнеця
(науковий редактор)

Дікань Л. В. – канд. екон. наук, професор ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Дороніна М. С. – докт. екон. наук, професор ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Дорохов О. В. – канд. техн. наук, професор ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Іванов Ю. Б. – докт. екон. наук, професор Науково-дослідного
центру індустріальних проблем розвитку НАН України

Кизим М. О. – докт. екон. наук, професор Науково-дослідного
центру індустріальних проблем розвитку НАН України

Клебанова Т. С. – докт. екон. наук, професор ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Малярець Л. М. – докт. екон. наук, професор ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Назарова Г. В. – докт. екон. наук, професор ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Орлов П. А. – докт. екон. наук, професор ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Пилипенко А. А. – докт. екон. наук, професор ХНЕУ ім. С. Кузнеця
(заступник головного редактора)

Попов О. Є. – докт. екон. наук, професор ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Пушкар О. І. – докт. екон. наук, професор ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Ястремська О. М. – докт. екон. наук, професор ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Поштова адреса засновника:

61166, Україна, м. Харків, пр. Науки, 9а, **Харківський національний економічний університет
імені Семена Кузнеця**

Головний редактор – **Пономаренко В. С.** Конт. телефон: (057)702-03-04

Поштова адреса редакції:

61166, Україна, м. Харків,
пров. Інженерний, 1а, 1 під'їзд
Тел.: (057)702-07-38, 702-07-28
E-mail: vydav@hneu.edu.ua

Поштова адреса видавця:

61001, Україна, м. Харків, а/с 870

Відповідальність за достовірність фактів, дат, назв, імен, прізвищ, цифрових даних, які наводяться, несуть автори статей.

Рішення про розміщення статті приймає редакційна колегія. У текст статті без узгодження з автором можуть бути внесені редакційні виправлення або скорочення.

Редакція залишає за собою право їх опублікування у вигляді коротких повідомлень і рефератів.

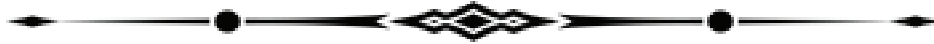
У разі копіювання чи передрукування матеріалів посилання на електронний журнал обов'язкове.

Свідоцтво про внесення до Державного реєстру суб'єктів видавничої справи ДК № 4853 від 20.02.2015 р.

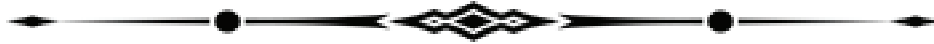
© Харківський національний економічний
університет імені Семена Кузнеця, 2018

ЗМІСТ

Агаркова Т. О. Удосконалення формування прибутку підприємства із застосуванням методу аналізу ієрархій	10
Алішова Д. Х. Визначення сутності поняття фінансової стійкості підприємства	14
Арнаут М. О. Обґрунтування напрямів підвищення конкурентоспроможності підприємства	16
N. Bardakov. The concept of new product introduction.....	19
Барінова А. В. Дослідження факторів впливу на фінансовий стан підприємства.....	22
Бешимов Х. Н. Этапы планирования инновационной деятельности предприятия	25
Бешимов Х. Н. Алгоритм формирования инновационной стратегии предприятия	27
Білозьорова А. В. Узагальнення теоретичних підходів до визначення логістичної діяльності національних підприємств	30
Білокопитова А. В. Проблема відтоку трудових ресурсів з України	33
Білокопитова А. В. Проблеми та перспективи формування й розвитку трудового потенціалу України	36
Блохивець Н. Ю. Логістичний аутсорсинг як інструмент підвищення конкурентоспроможності сучасного бізнесу	38
Блохивець Н. Ю. Теоретичні засади аутсорсингу логістичних бізнес-функцій підприємств	41
A. Bludova. Implementation of innovations as a way of increasing the economic safety enterprisesi	43
Богачова К. Є. Інтегральне оцінювання рівня фінансової безпеки підприємства із застосуванням таксономічного аналізу	46
Богославська Є. О. Кластерний аналіз як методичний інструментарій дослідження прибутковості машинобудівних підприємств	49
Бордюгова К. М. Визначення поняття оптимізації витрат підприємства.....	53
V. Boyanovska. World experience of using e-commerce in the sales activity	55
Бражникова П. П. Вплив невербальних засобів на ефективність спілкування	58
Бублей В. Ю. Економіко-математичне моделювання управління запасами в логістичних системах.....	60
Буй Тхао Мі. Імідж ділової людини.....	64
Бурма Є. С. Зарубіжний досвід формування доходів місцевих бюджетів	66
Варич В. М. Стратегічна карта як інструмент ефективного управління фінансовою стійкістю підприємства	69



Васильківська Г. В. Вибір оптимального постачальника із застосуванням методу рейтингових оцінок	71
Вірицагіна Ю. С. Гендерний аспект прекаріату праці в Україні	75
Воронін Р. Р. Аналіз та оцінка фінансової безпеки ПАТ «Укрзалізниця» за методикою бальної оцінки фінансової безпеки підприємства	77
V. Dennis. Essence and role of strategic planning.....	80
Гапон І. А. Прогнозування фінансової стійкості підприємств машинобудівної галузі методом часових рядів	82
Генчева В. О. Зарубіжний досвід застосування програмно-цільового методу на прикладі США та перспективи його використання в Україні	85
Гладка Н. О. Теоретичні аспекти визначення сутності інноваційного потенціалу підприємства	89
Гончарова Д. С. Теоретичні основи управління якістю продукції підприємства	91
Грабар В. Ю. Аналіз та оцінка фінансової стійкості підприємства.....	93
G. Gres. Use cases of different organisational structure types.....	97
Гринь В. Ю. Кадрові ресурси у системі економічного потенціалу аграрних підприємств	99
Губська С. В. Вплив якості трудового життя на розвиток трудового потенціалу	102
Губська С. В. Гнучка система оплати праці в Україні	104
Гусарев А. Р. Аналіз підходів до визначення сутності поняття «інновація»	107
Двигун О. О. Моделювання процесу фінансового планування на підприємстві	109
Двойнікова О. С. Аналіз методів безперервного вдосконалення бізнес-процесів	113
Десятьєв В. С. Управління транспортно-складською діяльністю на підприємстві	115
Донченко Д. С. Структурно-функціональне моделювання технології оцінювання фінансової безпеки підприємства	118
Драгіцина Ю. О. Аналіз стратегічних альтернатив ПАТ «Південно-Західна залізниця» на підставі позиціонування в матриці фінансової рівноваги	123
Єрмак А. А. Оптимізація структури капіталу підприємства	126
Єршова О. О. Сутність та ознаки інформаційного забезпечення інноваційної діяльності підприємства.....	129
Єршова О. О. Удосконалення інформаційного забезпечення інноваційної діяльності підприємства з урахуванням її основних етапів	131
Заболотня В. Ю. Безробіття в Україні: сучасний стан і тенденції	134



Ісаєва К. С. Шляхи підвищення продуктивності праці	137
Калашник О. В. Методичне забезпечення аналізу й оцінки фінансового потенціалу підприємства	140
Калашнікова К. Ю. Особливості маркетингової діяльності підприємства за умов інноваційної економіки	142
Калашнікова К. Ю. Удосконалення маркетингової політики підприємства на підставі застосування інтернет-технологій	145
Капран В. В. Визначення сутності поняття «бізнес-план»	149
Капустянюк Ю. О. Сутність фінансового потенціалу підприємства.....	151
Капустянюк Ю. О. Фактори впливу на фінансовий потенціал підприємства	154
Кирпичов В. А. Аналіз рентабельності власного капіталу із застосуванням багатофакторних моделей	157
Кібасова Т. І. Аналіз показників рентабельності та їх впливу на діяльність підприємства	161
Кібасова Т. І. Фінансовий стан підприємства: сутність та його роль в управлінні підприємством	164
Коба А. Е. Вплив стилю керівництва на ефективність управління персоналом	167
Кобильник Ю. В. Формування й ефективне використання фінансових ресурсів підприємства.....	169
Козлова А. О. Обґрунтування необхідності проведення оцінки управлінського персоналу на підприємствах України.....	173
Косюга А. В. Особливості формування конкурентних переваг	176
Кочкарьова М. С. Проблематика й удосконалення транспортно-експедиторської діяльності на підприємстві	178
Кошляк О. В. Методи аналізу фінансового стану підприємства.....	181
Кошляк О. В. Оцінювання фінансової стійкості підприємства	183
Lazarieva K. O. Innovative methods of recruitment and selection	186
Літвінова А. А. Формування матриці фінансових стратегій для металургійного підприємства	190
Макарова К. А. Аналіз ефективності процесів формування та використання фінансових ресурсів підприємства	193
Макарова К. А. Формування фінансових ресурсів підприємств за сучасних умов розвитку фінансової системи	196
Мамонова Д. А. Особливості розвитку маркетингу інновацій у діяльності підприємства	200
Манукян М. Е. Сучасні умови реалізації трудового потенціалу українського фрілансера	202



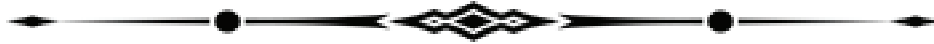
Марченко С. Ю. Сутність поняття збутової діяльності підприємства	205
Махоріна Ю. М. Методичний підхід до формування фінансової стратегії підприємства	208
Мироненко М. В. Оцінка ризику банкрутства підприємства із застосуванням дискримінантних моделей.....	212
Мілонов О. І. Управління матеріальними потоками підприємства	215
Мушенко О. В. Методичні підходи до оцінки фінансової безпеки підприємства	219
Мягков Д. С. Вплив кольору на психоемоційний стан людини.....	222
Неведрова Є. М. Електронна комерція як основа інноваційного розвитку підприємства.....	224
Нецвітаєва О. І. Альтернативи гарантування фінансової безпеки підприємства із застосуванням методу аналізу ієрархій	226
Нечай А. О. Методи аналізу фінансових результатів діяльності підприємства	231
Ніколаєва К. В. Роль невербальної комунікації у системі ділового спілкування	234
A. Nikitenko. Process and methods of choosing a strategy	235
Нурлаєва Е. Л. Факторний аналіз рентабельності власного капіталу підприємства галузі металургійного виробництва.....	238
Обіход Н. І. Оцінка інвестиційної привабливості підприємства із застосуванням методу таксономії	241
Обозна Ю. С. Механізм управління фінансовою безпекою підприємства.....	245
Осадча С. С. Стратегічний аналіз функціонування підприємств будівельної галузі із застосуванням методів стратегічного планування.....	248
D. Pletnyov. The conditions are necessary for the productive interaction of the logistics service with the neighboring units	252
Полодюк Ю. І. Дослідження сутності поняття просування продукції	255
Полуляхов М. М. Первинне налаштування облікового запису Google Adwords	257
Полуляхов М. М. Рестайлінг і репозиціонування як основні складові ребрендингу	259
Потапенко А. В. Методичне забезпечення оцінки фінансового потенціалу підприємства	262
Прісіч Ю. О. Шляхи підвищення ефективності транспортно-складської діяльності підприємства	265
Ревенчук Е. С. Інтегральна оцінка ефективності формування фінансового потенціалу підприємства	268
Реуцька А. В. Аналіз теоретичних підходів до визначення сутності поняття «інноваційна стратегія»	272



Реуцька А. В. Застосування матриці БКГ у портфельному аналізі на прикладі ПП «Ліга А»	274
Рибчінська К. І. Класифікація методів мотивації персоналу підприємства	276
Руденко В. О. Соціальний аудит як метод підвищення ефективності персоналу	279
Рудська К. О. Інтегральний аналіз фінансового потенціалу підприємства	282
Савісько Т. Е. Аналіз моделей управління персоналом	286
Самойленко Б. В. Організація й оптимізація логістичних процесів на складах вітчизняних підприємств	288
Свідерська Д. С. Формування політики управління оборотним капіталом підприємства	291
Селецька Д. М. Визначення факторів впливу на ефективність використання фінансових ресурсів підприємства	294
Семенова А. О. Сутність поняття корпоративної соціальної відповідальності	298
Сметанкін А. С. Прогнозування оборотних активів підприємства із застосуванням методу часових рядів	300
Соловійова М. М. Аналіз фінансово-економічного стану підприємства	303
Соловійова М. М. Методичні підходи до аналізу капіталу підприємства	306
Солодуха О. С. Проблеми й перспективи розвитку логістичної інфраструктури	309
Солохіна Є. К. Прогнозування ризику банкрутства ПАТ «Укрзалізниця» із застосуванням дискримінантних моделей	311
Стасюк Д. Р. Збутова діяльність як функціональна складова логістичної діяльності підприємства	315
Столбова Є. В. Управління брендом за умов інноваційної діяльності	317
Стрюкова К. В. Концептуальні аспекти гарантування фінансової безпеки підприємства	320
Суровський Е. І. Формування корпоративної культури на підприємстві	323
Татарінова К. А. Аналіз систем стимулювання праці персоналу	325
Тиндик Д. М. Основні напрями зниження кризи на підприємстві за сучасних умов	328
Тичинський О. О. Прогнозування фінансової стійкості підприємств будівельної галузі	330
Тішков Д. О. Аналіз ефективності управління власним капіталом підприємства	334
Ткаленко Д. О. Особливості формування інноваційної стратегії розвитку підприємств косметичної галузі	337



Ткаленко Д. О. Сутність інноваційної стратегії розвитку підприємства	339
Ткачук І. В. Поглиначі часу та методи боротьби з ними	341
Товстоног Т. А. Матриця фінансових стратегій ПрАТ «Сентравіс Продакшн Україн»	344
Трапезникова В. В. Визначення сутності поняття «бренд роботодавця»	348
Тютіна Т. А. Удосконалення процесу оцінки кредитоспроможності підприємства	350
Урум А. Д. Оцінка якості формування фінансових результатів підприємства торгівлі	352
Федоренко В. В. Формування фінансової стратегії підприємства машинобудівної галузі з використанням матричного підходу	355
Федоряченко В. А. Гендерна нерівність на ринку праці України.....	358
Фень Л. А. Визначення шляхів мінімізації впливу фінансових ризиків на діяльність підприємств будівельної галузі.....	361
Фурсова А. Ю. Матриця фінансових стратегій ПАТ «Трест Житлобуд-1»	364
Харченко Є. О. Технологія аналізу наявності та ефективності використання оборотних активів підприємства	368
Хирна К. С. Ідентифікація стадії фінансового розвитку підприємства на підставі аналізу його позиції у матриці Франсона-Романе.....	372
Хмелевська А. А. Теоретичні основи мерчандайзингу: сутність, ключові сфери та інструменти	376
Цюкало І. В. Удосконалення класифікації типів аудиту персоналу	379
Цяпка І. І. Сутність кадрової безпеки підприємства.....	381
Чеботарьова А. С. Аналіз факторів впливу на фінансову стійкість підприємства	384
Чередник А. В. Теоретичні основи системи управління персоналом підприємства	388
Чехова О. І. Сутність стратегічного управління та тенденції його розвитку за сучасних умов.....	391
Чехова О. І. Розробка правильної маркетингової стратегії як запорука успішної діяльності підприємства.....	393
Чумак А. О. Роль бренду у створенні нового товару.....	395
Шамаммедов Т. М. Классификация угроз финансовой безопасности предприятия	398
Шипрук О. Б. Оптимізація структури капіталу підприємства	402
Шнурко К. О. До питання аналізу методик оцінки фінансового стану підприємств в Україні	405
Штиркіова М. О. Аналіз діяльності ДНВП «Об'єднання Комунар»	408



Юркова К. В. Аналіз стану та перспектив розвитку поліграфічної галузі України.....	411
Юркова К. В. Матриця фінансових стратегій видавничого будинку «Балдрук»	413
Яковенко С .В. Проблема працевлаштування молоді.....	418
Якуба А. В. Особливості організації логістики на складі	420
Яцина М. В. Методичний підхід до оцінки фінансової безпеки підприємства	422

УДОСКОНАЛЕННЯ ФОРМУВАННЯ ПРИБУТКУ ПІДПРИЄМСТВА ІЗ ЗАСТОСУВАННЯМ МЕТОДУ АНАЛІЗУ ІЄРАРХІЙ

УДК 336.01

Агаркова Т. О.

Студент 4 курсу
фінансового факультету ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. Визначено сутність та особливості застосування методу аналізу ієрархій як інструменту прийняття альтернативних рішень. Розглянуто фактори впливу на збільшення прибутковості підприємства. Обґрунтовано вибір оптимальних напрямків діяльності задля покращення фінансового результату підприємства.

Ключові слова: підприємство, організація, фінансовий результат, прибуток, прибутковість, метод аналізу ієрархій, матриця попарних порівнянь, пріоритетність.

Аннотация. Определены сущность и особенности применения метода анализа иерархий как инструмента принятия альтернативных решений. Рассмотрены факторы влияния на увеличение прибыльности предприятия. Обоснован выбор оптимальных направлений деятельности для улучшения финансового результата предприятия.

Ключевые слова: предприятие, организация, финансовый результат, прибыль, доходность, метод анализа иерархий, матрица попарных сравнений, приоритетность.

Annotation. The essence and features of the application of the method of analyzing hierarchies as a tool for making alternative decisions are determined. Considered factors influencing the increase in profitability of the enterprise. The choice of optimal activities for the improvement of the financial result of the enterprise has been substantiated.

Keywords: enterprise, organization, financial result, profit, profitability, hierarchy analysis method, pairwise comparison matrix, priority.

Однією з основних цілей функціонування будь-якого підприємства є отримання прибутку – основного джерела коштів для розвитку підприємства. Збільшення прибутку забезпечує фінансову основу виконання зобов'язань підприємства перед бюджетом, банками й іншими підприємствами.

Дослідженням особливостей формування прибутку та виявленням усіх факторів впливу на його зростання займалися і займаються чимало науковців-економістів, серед них Бланк І. О., Терещенко О. О., Ковальов В. В., Поддєрьогін А. М., Орлов О. О., Рясник Є. Г. та ін. Але якщо раніше нарощення прибутку досягалося переважно за рахунок зниження витрат, то за ринкових умов вітчизняні підприємства звертають увагу на дію таких факторів, як підвищення ціни й збільшення обсягу виробництва.

Актуальність статті є зумовленою тим, що основною задачею сучасного етапу розвитку економіки є опанування підприємцями та керівниками ефективними методами управління підприємством, зокрема, збільшення прибутку у процесі здійснення підприємницької діяльності.

Одним із таких методів є застосування методу аналізу ієрархій у процесі формування прибутку підприємства в усіх регіонах країни.

Метод аналізу ієрархій (МАІ) є методологічною основою для розв'язання задач вибору альтернатив за допомогою їх багатокритеріального рейтингування. Метод аналізу ієрархій розробив американський науковець Т. Саті. Нині це великий міждисциплінарний розділ науки, що має строгі математичні та психологічні обґрунтування й численні додатки. Основним застосуванням методу є підтримка прийняття рішень за допомогою ієрархічної композиції завдання й рейтингування альтернативних рішень [7].

Метод аналізу ієрархій ґрунтується на здійсненні декомпозиції проблеми на порівняно прості складові з подальшою обробкою послідовності суджень особи, яка приймає рішення, за допомогою їхнього попарного порівняння [5]. Метод є застосовуваним у багатьох сферах суспільного життя в країнах Європи та Китаї.

Перший крок у застосуванні методу аналізу ієрархій полягає в декомпозиції та поданні задачі в ієрархічній формі. Розглядаємо домінуючі ієрархії, які будуються з вершини (тобто мети з точки зору управління) через проміжні рівні (критерії, від яких залежать наступні рівні) до найнижчого рівня, який є зазвичай переліком альтернатив.

Декомпозицію задачі ієрархії вибору сценарію розвитку подано в табл. 1 [5; 7].

Таблиця 1

Декомпозиція задачі ієрархії вибору сценарію розвитку

1-й рівень		
Збільшення прибутку підприємства		
2-й рівень		
E1 Охоплення ринку	E2 Витрати	E3 Конкурентоспроможність
3-й рівень		
A1 Зниження собівартості продукції за рахунок раціональнішого використання матеріальних ресурсів	A2 Розширення ринку продажу	A3 Збільшення випуску продукції

Відповідно до поданої таблиці слід визначити найімовірніший сценарій розвитку ринку (альтернативи A1, A2, A3) на підставі таких критеріїв, як охоплення ринку (E1), витрати (E2), конкурентоспроможність (E3).

Після побудови декомпозиції задачі ієрархії визначають пріоритетність критеріїв при виборі альтернатив на підставі попарних оцінок суджень [5; 7].

Елемент матриці a_{ij} визначають шляхом порівняння важливості i -го фактора з j -м за шкалою інтенсивності від 1 до 9, де оцінки мають такі значення:

- 1 – однакова важливість;
- 3 – помірне домінування i -го фактора над j -м;
- 5 – істотна перевага i -го фактора над j -м;
- 7 – значна перевага i -го фактора над j -м;
- 9 – дуже сильна перевага i -го фактора над j -м;
- 2, 4, 6, 8 – відповідні проміжні значення [6; 7].

Наступним етапом МАІ є побудова матриць парних порівнянь для кожного з нижніх рівнів. Елементи будь-якого рівня порівнюють один з одним щодо їх впливу на направляючий елемент, причому згідно з правилом при складанні матриць порівнюють відносну важливість лівих елементів матриці з елементами вгорі. Тобто якщо елемент зліва є важливішим за елемент угорі, то в клітинку заносять позитивне ціле число, якщо навпаки – дробове. Відносна важливість будь-якого елемента, що порівнюється сам із собою, дорівнює одиниці [5].

Матрицю попарних порівнянь суджень щодо визначення пріоритетності критеріїв при виборі сценарію розвитку подано в табл. 2 [5; 7].

Таблиця 2

Матриця попарних порівнянь важливості критеріїв

Критерії	E1	E2	E3
E1	1	1/7	1/3
E2	7	1	3
E3	3	1/3	1

Відповідно до поданої матриці при виборі сценарію розвитку критерій E2 має значну перевагу над критерієм E1 та помірне домінування над критерієм E3; критерій E3 – помірне домінування над критерієм E1.

Далі слід визначити пріоритетні критерії вибору альтернатив для збільшення формування прибутку підприємства. Пріоритетність критеріїв при виборі альтернативи визначають за формулами (1–2):

$$w_i = \sqrt[n]{\prod_{j=1}^n a_{ij}}, \tag{1}$$

$$w_{\text{норм}} = w_i / \sum_{i=1}^n w_i, \tag{2}$$

де w – компонента власного вектора матриці (середнє значення оцінок пріоритетності);

$w_{\text{норм}}$ – нормований вектор матриці попарних порівнянь (вектор пріоритетів);

a_{ij} – значення елементів матриці [7].

Узгодженість думок експертів оцінюють за формулами (3–5):

$$\lambda = \sum_{i=1}^n a_{ij} \cdot w_{\text{норм } i}, \quad (3)$$

$$I_y = (\lambda - n) / (n - 1) \leq 0,2, \quad (4)$$

$$BY = I_c / I_{cc}, \quad (5)$$

де λ – власне значення матриці;

I_y – індекс узгодженості;

I_{cy} – середнє значення індексу узгодженості (визначають за даними табл. 2);

BY – відношення узгодженості;

n – кількість критеріїв (альтернатив) [7].

За формулами розраховуємо значення пріоритетності критеріїв при виборі сценарію розвитку. Результати розрахунку пріоритетності критеріїв вибору сценарію розвитку подано в табл. 3; 4 [7].

Таблиця 3

Значення пріоритетності критеріїв при виборі сценарію розвитку

Критерії	E1	E2	E3	W_i	$W_{\text{норм}}$
E1	1	0,14	0,33	0,36246	0,087946
E2	7	1,00	3,00	2,758924	0,669417
E3	3	0,33	1,00	1	0,242637
Σ	11	1,48	4,33	4,121384	1

Таблиця 4

Оцінка узгодженості

I	3,007022
I_y	0,003511
I_{cy}	0,006053

За результатами розрахунків найпріоритетнішим критерієм, що визначає сценарій розвитку, є зменшення витрат (E2).

Значення індексу узгодженості менше 0,2 та відносної узгодженості менше 0,1 свідчать про узгоженість думок експертів.

Наступним етапом є визначення пріоритетів альтернатив за кожним з критеріїв (табл. 5) [7].

Таблиця 5

Значення пріоритетності альтернатив за кожним із критеріїв

E1					
Альтернатива	A1	A2	A3	W_i	$W_{\text{норм}}$
A1	1	1/7	1/5	0,31	0,07
A2	7	1	5	3,27	0,71
A3	5	1/5	1	1,00	0,22
Σ	13,00	1,34	6,20	4,58	1,00
E2					
Альтернатива	A1	A2	A3	W_i	$W_{\text{норм}}$
A1	1	3	5	2,466212	0,636986
A2	1/3	1	3	1	0,258285
A3	1/5	1/3	1	0,40548	0,104729
Σ	1,53	4,33	9,00	3,87	1,00

E3					
Альтернатива	A1	A2	A3	W_i	$W_{норм}$
A1	1	1/7	1/5	0,305711	0,066796
A2	7	1	5	3,271066	0,71471
A3	5	1/5	1	1	0,218494
Σ	13,00	1,34	6,20	4,58	1,00

За таблицею можна зробити висновок, що за критерієм E1 «Охоплення ринку» вищий пріоритет має альтернатива розширення ринку продажу (0,71), за критерієм E2 «Витрати» – зниження собівартості продукції за рахунок раціональнішого використання матеріальних ресурсів (0,63).

Відповідно до критерію E3 «Конкурентоспроможність» вищий пріоритет має альтернатива розширення ринку продажу (0,66). Пріоритетний сценарій за критерієм E1 та E3 – «Охоплення ринку», «Конкурентоспроможність».

Далі слід розрахувати глобальний пріоритет альтернатив з урахуванням значущості критеріїв.

Найпріоритетнішу альтернативу визначають шляхом перемноження матриці пріоритетів альтернатив за кожним критерієм на матрицю пріоритетів критеріїв (табл. 6) [7].

Таблиця 6

Розрахунок пріоритету сценаріїв розвитку

Альтернатива/ Пріоритет	E1	E2	E3	Пріоритет критеріїв	Пріоритетна альтернатива
A1	0,07	0,64	0,07	0,09	0,448491
A2	0,71	0,26	0,71	0,67	0,409171
A3	0,22	0,10	0,22	0,24	0,142338

За даними таблиці можна зробити висновок, що слід обрати альтернативу зниження собівартості продукції за рахунок раціональнішого використання матеріальних ресурсів.

На підставі проведених досліджень можна зробити висновок, що прибуток підприємства повною мірою є керованим за дотримання певних принципів і наукових підходів. Це підтверджує, що для управління прибутком підприємства як економічним об'єктом, який має велике значення для підприємства і покликаний виконувати стимулюючу функцію в його діяльності, важливо застосувати дієві інструменти управлінського впливу [7; 8].

Отже, застосування методу аналізу ієрархій дозволяє отримати порівняльну оцінку окремих проектів підприємства за необмеженої кількості критеріїв, застосовуючи при цьому як кількісні, так і якісні їх характеристики задля визначення найбільш потенційно важливих напрямків діяльності підприємства залежно від мети оцінювання. Зважена оцінка проектів у внутрішньому середовищі підприємства дозволяє рейтингувати їх за пріоритетністю під час розробки товарної, фінансової та інших стратегій підприємства. Експертне оцінювання альтернатив методом аналізу ієрархій дає змогу визначити пріоритетність альтернатив за обраними кількісними та якісними критеріями з урахуванням людського фактора.

Таким чином, вибір шляхів збільшення прибутку підприємства дозволить реалізувати виявлені резерви та покращити якість функціонування підприємства в цілому, сприятиме збільшенню прибутку, залученню додаткових коштів у вигляді інвестицій або у вигляді кредиту для розширення діяльності підприємства.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Кузенко Т. Б.

Література: 1. Бланк И. А. Основы финансового менеджмента : учебный курс. Киев : Ника-Центр, 2004. 622 с. 2. Поддєрьогін А. М., Білик М. Д., Буряк Л. Д. Фінансовий менеджмент : підручник / за ред. А. М. Поддєрьогіна. Київ : КНЕУ, 2005. 536 с. 3. Терещенко О. О. Фінансова діяльність суб'єктів господарювання : навч. посіб. Київ : КНЕУ, 2003. 554 с. 4. Соколова Л. В. Теорія і практика адаптації підприємств до мінливого бізнес-середовища : монографія. Харків : ХНУРЕ, 2004. 288 с. 5. Саати Т. Д. Принятие решений: метод анализа иерархий /

пер. с англ. Р. Г. Вачнадзе. М. : Радио и связь, 1993. 278 с. **6.** Махамбетова Ж. Ж. Методы и способы повышения точности измерений. URL: <https://docplayer.ru/34559790-Metody-i-sposoby-povysheniya-tochnosti-izmereniy.html>. **7.** Аналитическая иерархическая процедура Саати. URL: <http://www.gorskiy.ru/Articles/Dmss/AHP.html>. **8.** Бланк И. А. Управление прибылью. М. : Ника-Центр, 2007. 768 с.

ВИЗНАЧЕННЯ СУТНОСТІ ПОНЯТТЯ ФІНАНСОВОЇ СТІЙКОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

УДК 658.14

Алішова Д. Х.

Студент 4 курсу
фінансового факультету ХНЕУ ім. С. Кузнеця

***Анотація.** Проаналізовано визначення різними авторами сутності фінансової стійкості підприємства. На підставі узагальнення та систематизації основних підходів сформовано власне визначення.*

***Ключові слова:** підприємство, організація, фінанси, фінансова стійкість, фінансовий результат, прибуток, ринкова кон'юнктура, ефективність, інновації, інвестор, інвестиційний розвиток, платоспроможність, конкурентоспроможність, самофінансування.*

***Аннотация.** Проанализированы определения различных авторов сущности финансовой устойчивости предприятия. На основании обобщения и систематизации основных подходов сформировано собственное определение.*

***Ключевые слова:** предприятие, организация, финансы, финансовая устойчивость, финансовый результат, прибыль, рыночная конъюнктура, эффективность, инновации, инвестор, инвестиционное развитие, платежеспособность, конкурентоспособность, самофинансирование.*

***Annotation.** Analyzed the definition by various authors of the essence of the financial sustainability of the enterprise. Based on the generalization and systematization of the main approaches, a personal definition is formed.*

***Keywords:** enterprise, organization, finance, financial stability, financial result, profit, market conditions, efficiency, innovation, investor, investment development, solvency, competitiveness, self-financing.*

Запорукою стабільності й успішного функціонування підприємства є його фінансова стійкість, тобто стан фінансів, що гарантує його постійну платоспроможність. Фінансова стійкість підприємства є однією з основних умов життєдіяльності, розвитку й високого рівня конкурентоспроможності підприємства. Саме фінансова стійкість підприємства характеризує ефективність операційного, фінансового та інвестиційного розвитку, містить необхідну інформацію для інвесторів, а також відображає здатність підприємства відповідати за своїми боргами та зобов'язаннями. Визначення стійкості розвитку комерційних відносин є необхідним не тільки для самих організацій, але й для їхніх партнерів, які справедливо прагнуть мати інформацію про стабільність, фінансове благополуччя й надійності замовника або клієнта [9].

Дослідженням питань фінансової стійкості підприємства займалися і займаються чимало науковців-економістів, серед них Бланк І. О., Грабовецький Б. Є., Грачов А. В., Мельник М. В., Заюков М. С., Кривицька О. Р., Савицька Г. В. та ін.

Метою написання статті є комплексний аналіз теоретичних підходів до визначення сутності поняття фінансової стійкості підприємства.

Єдиного визначення не існує, оскільки поняття є дуже широким і багатоплановим. Чимало авторів вважають ключовими складовими надійну платоспроможність, функціонування й розвиток, забезпечення подальшого розвитку.

Науковець Грабовецький Б. Є. визначає фінансову стійкість як надійно гарантовану платоспроможність, рівновагу між власними та залученими засобами, незалежність від випадковостей ринкової кон'юнктури і партнерів, довіру кредиторів та інвесторів, відповідний рівень залежності від них, наявність прибутку такої величини, що забезпечує самофінансування [5].

У свою чергу, Абрютіна М. С. та Грачов А. В. розглядають фінансову стійкість підприємства як надійно гарантовану платоспроможність, незалежність від випадковостей ринкової кон'юнктури й поведінки партнерів [1].

Білик М. Д., Павловська О. В., Притуляк Н. М. і Невмержицька Н. Ю. тлумачать фінансову стійкість з позиції спроможності підприємства за рахунок власних коштів забезпечувати запаси та витрати, не допускати невинуватого дебіторської й кредиторської заборгованості, своєчасно розраховуватися за зобов'язаннями [2].

Савицька Г. В. вважає, що фінансова стійкість підприємства – це здатність суб'єкта господарювання функціонувати і розвиватися, зберігати рівновагу своїх активів і пасивів у мінливому внутрішньому й зовнішньому середовищі, що гарантує його платоспроможність та інвестиційну привабливість у довгостроковій перспективі в межах допустимого рівня ризику [10].

Найповнішим є визначення сутності поняття Заюкової М. С., яка розглядає фінансову стійкість як комплексну категорію, що відображає рівень фінансового стану та фінансових результатів підприємства, здатність виконувати свої зобов'язання, забезпечувати розвиток діяльності за збереження кредито- та платоспроможності [6].

Науковець Бланк І. О. вважає поняття фінансової стійкості підприємства дуже близьким до поняття фінансової рівноваги. Автор визначає зміст цих двох категорій як частини власних джерел при формуванні фінансових ресурсів підприємства [3].

Кривицька О. Р. трактує фінансову стійкість як результат формування достатнього для розвитку підприємства обсягу прибутку, що є визначальною ознакою його економічної незалежності [9]. У свою чергу, Ковальов В. В. вважає, що стійкість фінансового стану підприємства значною мірою залежить від доцільності та правильності вкладення фінансових ресурсів у активи [8].

Науковці Виноградов Г. Г. та Богданівська Л. А. стверджують, що поняття фінансової стійкості підприємства є тісно пов'язаним з перспективною платоспроможністю. Оцінка фінансової стійкості дозволяє зовнішнім суб'єктам аналізу, особливо інвесторам, визначити фінансові можливості підприємства на тривалу перспективу [4]. Визначення сутності поняття фінансової стійкості підприємства різними науковцями систематизовано в табл. 1 [1–6; 8–10].

Таблиця 1

Визначення сутності поняття фінансової стійкості підприємства

Автор	Визначення
Грабовецький Б. Є. [5]	Надійна платоспроможність, рівновага між власними та залученими засобами, незалежність від випадковостей ринкової кон'юнктури та партнерів
Абрютіна М. С., Грачов А. В. [1]	Надійна платоспроможність, незалежність від ринкової кон'юнктури й поведінки партнерів
Павловська О. В., Притуляк Н. М., Невмержицька Н. Ю. [2]	Спроможність підприємства за рахунок власних коштів забезпечувати запаси та витрати, не допускати невинуватого дебіторської й кредиторської заборгованості, своєчасно розраховуватися за зобов'язаннями
Савицька Г. В. [10]	Здатність суб'єкта господарювання функціонувати й розвиватися, зберігати рівновагу своїх активів і пасивів у мінливому внутрішньому та зовнішньому середовищі
Заюкова М. С. [6]	Комплексна категорія, що відображає рівень фінансового стану та фінансових результатів підприємства
Бланк І. О. [3]	Вважає поняття фінансової стійкості підприємства дуже близьким до поняття фінансової рівноваги; визначає зміст цих двох категорій як частини власних джерел при формуванні фінансових ресурсів підприємства
Кривицька О. Р. [9]	Результат формування достатнього для розвитку підприємства обсягу прибутку, що є визначальною ознакою його економічної незалежності
Ковальов В. В. [8]	Вважає, що стійкість фінансового стану підприємства значною мірою залежить від доцільності та правильності вкладення фінансових ресурсів у активи
Виноградов Г. Г., Богданівська Л. А. [4]	Вважають, що поняття фінансової стійкості підприємства є тісно пов'язаним із перспективною платоспроможністю

Бачимо (табл. 1), що єдиного визначення сутності поняття фінансової стійкості підприємства не існує. На підставі систематизації й узагальнення визначатимемо фінансову стійкість як здатність фінансової системи зберігати рух грошових коштів, незважаючи на зовнішні та внутрішні фактори впливу на неї.

Таким чином, визначення поняття фінансової стійкості підприємства передбачає аналіз усіх сфер діяльності підприємства. Фінансова стійкість є відображенням стабільного перевищення доходів над витратами, що забезпечує вільне маневрування коштами організації, сприяє безперерйному процесу виробництва та реалізації продукції. Фінансова стійкість підприємства – це такий стан підприємства, за якого забезпечено стабільну фінансову діяльність, постійне перевищення доходів над витратами, ефективне управління фінансовими ресурсами, розширення й оновлення виробництва.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Добринь С. В.

Література: 1. Абрютіна М. С., Грачев А. В. Аналіз фінансово-економічної діяльності підприємства. М. : Дело и сервис, 2001. 272 с. 2. Білик М. Д., Павловська О. В., Пригуляк Н. М., Невмержицька Н. Ю. Фінансовий аналіз : навч. посіб. Київ : КНЕУ, 2005. 592 с. 3. Бланк І. А. Словарь-справочник фінансового менеджера. Київ : Ника-Центр, 1998. 480 с. 4. Богдановская Л. А., Виноградов Г. Г. Аналіз хозяйственной деятельности в промышленности. М. : Инфра-М, 2001. 286 с. 5. Грабовецкий Б. Є. Економічний аналіз : навч. посіб. Київ : Центр навч. літ., 2009. 256 с. 6. Заюкова М. С., Мороз О. В., Мороз О. О. Теорія фінансової стійкості підприємства. Вінниця : Вінницький національний технічний університет, 2004. 156 с. 7. Ионова А. Ф., Селезнева Н. Н. Финансовый анализ : учебное пособие. М. : Велби ; Проспект, 2008. 624 с. 8. Ковалев В. В., Волкова О. Н. Аналіз хозяйственной деятельности предприятия : учебное пособие. М. : Велби ; Проспект, 2006. 424 с. 9. Кривицька О. Р. Планування прибутку підприємства при визначенні стратегії його розвитку. *Фінанси України*. 2005. № 3. С. 138–146. 10. Савицька Г. В. Економічний аналіз діяльності підприємства : навч. посіб. Київ : Знання, 2005. 662 с.

ОБҐРУНТУВАННЯ НАПРЯМІВ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

УДК 339.137.2

Арнаут М. О.

Магістрант 1 року навчання
факультету менеджменту і маркетингу ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. Досліджено підходи до визначення сутності поняття конкурентоспроможності підприємства. На підставі узагальнення та систематизації основних підходів сформовано комплексне визначення. Розглянуто основні складові конкурентоспроможності підприємства. Конкретизовано взаємозв'язок між поняттями конкурентоспроможності підприємства та конкурентоспроможності його продукції.

Ключові слова: підприємство, організація, фінанси, фінансовий результат, прибуток, ринкова кон'юнктура, ефективність, платоспроможність, конкурентоспроможність, конкурентоспроможність підприємства, конкурентоспроможність продукції.

Аннотация. Исследованы подходы к определению сущности понятия конкурентоспособности предприятия. На основании обобщения и систематизации основных подходов сформировано комплексное определение. Рассмотрены основные составляющие конкурентоспособности предприятия. Конкретизирована взаимосвязь между понятиями конкурентоспособности предприятия и конкурентоспособности его продукции.

Ключевые слова: предприятие, организация, финансы, финансовый результат, прибыль, рыночная конъюнктура, эффективность, платежеспособность, конкурентоспособность, конкурентоспособность предприятия, конкурентоспособность продукции.

Annotation. The approaches to the definition of the essence of the concept of enterprise competitiveness are investigated. Based on the synthesis and systematization of the main approaches, a comprehensive definition has been formed. The main components of enterprise competitiveness are considered. Concretized the relationship between the concepts of enterprise competitiveness and the competitiveness of its products.

Keywords: enterprise, organization, finance, financial result, profit, market conditions, efficiency, solvency, competitiveness, competitiveness of an enterprise, competitiveness of products.

Конкуренція є невід'ємною складовою механізму функціонування ринкової економіки. Саме завдяки конкуренції відбувається природний відбір найефективніших підприємств. Основною характеристикою підприємства з точки зору конкурентної боротьби є його конкурентоспроможність, що визначає життєздатність підприємства, результати його діяльності. За умов жорсткої ринкової конкуренції для будь-якого підприємства актуальним є питання управління його конкурентоспроможністю. Щоб ефективно впливати на діяльність підприємства, слід чітко розуміти, що є складовими конкурентоспроможності, що саме на неї впливає. Отже, важливо дати найповніше й найточніше визначення сутності цього поняття.

Дослідженням питань теоретичного обґрунтування сутності конкурентоспроможності підприємства займалися і займаються чимало науковців, серед них Хруцький В., Азоев Г., Челенков А., Зав'ялов Ф., Иванов Ю., Кіперман Г., Градов А., Долинська М., Фатхутдінов Р. та ін.

Метою написання статті є узагальнення існуючих поглядів до тлумачення сутності поняття конкурентоспроможності підприємства, а також обґрунтування найповнішого визначення цього поняття.

Наразі існують чимало різних визначень сутності поняття конкурентоспроможності підприємства. Так, Азоев Г. визначає її як здатність ефективно розпоряджатися власними та позиковими ресурсами за умов конкурентного ринку, результат його конкурентних переваг за всім спектром проблем управління підприємством [2]. Зав'ялов П. вважає, що конкурентоспроможність підприємства – це здатність підприємства конкурувати на ринках із виробниками та продавцями аналогічних товарів завдяки забезпеченню вищої якості, доступних цін, створення зручних умов для покупців і споживачів [5].

Кіперман Г. розглядає конкурентоспроможність підприємства як здатність протидіяти на ринку іншим виробникам і постачальникам аналогічної продукції (конкурентам) як за рівнем задоволення своїми товарами або послугами конкретної суспільної потреби, так і за ефективністю виробничої діяльності [7]. Перцовський Н. І. розглядає конкурентоспроможність підприємства як можливість ведення ефективної господарської діяльності та її практичної прибуткової реалізації за умов конкурентного ринку; узагальнюючий показник життєвої стійкості підприємства, його вміння ефективно використовувати свій фінансовий, виробничий, науково-технічний і трудовий потенціали [9].

Як зазначає Фатхутдінов Р., конкурентоспроможність підприємства – це його здатність виробляти конкурентоспроможну продукцію, перевага підприємства порівняно з іншими підприємствами певної галузі як усередині країни, так і за її межами.

Науковці Хруцький В. та Корнеева І. визначають конкурентоспроможність підприємства як здатність успішно оперувати на конкретному ринку (регіоні збуту) у певний період часу шляхом випуску й реалізації конкурентоспроможних товарів та послуг.

Градов А. вважає, що конкурентоспроможність підприємства – це його перевага порівняно з іншими підприємствами галузі всередині країни та за її межами [3]. На думку Скударя С., конкурентоспроможність підприємства є відносною характеристикою, що віддзеркалює відмінності процесу розвитку одного виробника від виробника-конкурента як за ступенем задоволення своїми товарами чи послугами конкретної суспільної потреби, так і за ефективністю виробничої діяльності [10].

Челенков А. трактує конкурентоспроможність підприємства як його можливість ефективно розпоряджатися власними й залученими ресурсами за умов конкурентного ринку [1].

Як зазначає Иванов Ю., конкурентоспроможність підприємства – це певна система, що складається з безперервно взаємодіючих факторів і характеризує ступінь реалізації потенційних можливостей підприємства зі створення й утримання впродовж тривалого періоду часу конкурентної переваги. Під конкурентоспроможністю слід розуміти не лише ефективність, але і динаміку пристосування підприємства до постійно змінюваних умов зовнішнього середовища [6].

Круглов М. визначає конкурентоспроможність підприємства як систему економічних категорій, складовими якої є конкурентоспроможність продукції та фінансова конкурентоспроможність.

Це економічна категорія, за допомогою якої виявляється перевага цього виробника за рівнем задоволення споживачів продукцією з урахуванням ефективності фінансово-господарської діяльності [8].

Згідно із визначенням швейцарської організації European Management Forum, конкурентоспроможність підприємства – це його реальна потенційна здатність проектувати, виробляти та продавати за існуючих умов товари, які за ціновими та неціновими характеристиками є привабливішими для споживачів, ніж товари їх конкурентів.

Отже, єдиного визначення конкурентоспроможності підприємства не існує, оскільки поняття є дуже широким і багатоплановим. Складовими його є конкурентоспроможність товарів і послуг підприємства, ефективність його фінансово-економічної діяльності, продуктивність праці, а також загальні конкурентні переваги.

У поданих визначеннях не згадуються такі суттєві складові конкурентоспроможності підприємства, як його імідж і репутація, яким за сучасних умов слід приділяти якомога більше уваги. Особливо це стає зрозумілим при аналізі діяльності зарубіжних підприємств, передусім західноєвропейських та американських. Очевидно, що чим кращою є репутація підприємства, тим вищою є конкурентоспроможність не тільки його товарів і послуг, а й самого підприємства в цілому.

Конкурентоспроможність підприємства найчастіше оцінюють за перевагами у:

- зовнішньому середовищі: макросередовищі, інфраструктурі регіону, мікросередовищі;
- внутрішньому середовищі: технологіях, організації процесів, ресурсах;
- якості та ресурсомісткості виготовлюваних товарів, інноваціях, послугах;
- ринкових показниках: обсязі, кількості конкурентів, оперативності й надійності фінансових операцій, безпеці торгівлі [5; 10].

Окрім конкурентоспроможності підприємства, існує поняття конкурентоспроможності товару. Конкурентоспроможність товару – це його корисність як споживчої вартості за конкретних умов [5]. Споживачів хвилює спроможність товару задовольняти конкурентну потребу. Ураховують при цьому і технічні характеристики товару, і ціну, і престиж підприємства-виробника, і здатність підприємства організувати ефективну систему після-продажного обслуговування. Так, наприклад, товар за технічними характеристиками перевершує всі аналогічні товари, але через високу ціну внаслідок високих витрат виробництва він може стати неконкурентоспроможним. З іншого боку, низька ціна не завжди визначає споживчий попит.

Конкурентоспроможність підприємства і конкурентоспроможність його товару перебувають у прямій залежності. Чим вищою є конкурентоспроможність товару, тим вищим є попит на цей товар, тим більший економічний ефект отримує підприємство від його реалізації. Економічний ефект виражається передусім у отриманому прибутку. Збільшення попиту сприяє підвищенню як норми, так і маси прибутку. І навпаки, зниження попиту призводить до зниження норми і, як наслідок, маси прибутку [8].

Різноманіття існуючих визначень поняття конкурентоспроможності підприємства вимагає його уточнення задля поєднання як складових конкурентоспроможності, так і суттєвих особливостей цього поняття. На підставі систематизації й узагальнення визначатимемо конкурентоспроможність підприємства як багатопланову економічну категорію, що характеризує ефективність діяльності підприємства порівняно з його конкурентами, включаючи як конкурентні переваги продукції та послуг підприємства (якість, ціну, функціональні характеристики), так і економічні показники діяльності (продуктивність праці, ліквідність, рентабельність), його репутацію та імідж, результативність використання виробничого та фінансового потенціалу.

Таким чином, на підставі аналізу наукових досліджень сучасних науковців запропоновано точніше та повніше визначення поняття конкурентоспроможності підприємства, що максимально розкриває його сутність та особливості.

Науковий керівник – д-р екон. наук, доцент Немашкало К. Р.

Література: 1. Азоев Г. Л., Челенков А. П. Конкурентные преимущества фирмы. М. : Новости, 2000. 256 с. 2. Азоев Г. Л. Конкуренция : анализ, стратегия и практика. М. : Центр экономики и маркетинга, 1996. 208 с. 3. Градов А. П. Экономическая стратегия фирмы : учебное пособие. СПб. : Спецлит, 1999. 388 с. 4. Долинская М. Г., Соловьев И. А. Маркетинг и конкурентоспособность промышленной продукции. М. : Изд-во стандартов, 1991. 126 с. 5. Завьялов Ф. Н., Каплина О. В., Зайченко Д. А. Ранговая оценка конкурентоспособности массового потребительского товара (на примере рынка хлебобулочных изделий). *Маркетинг в России и за рубежом*. 2005. № 3 (47). С. 90–103. 6. Иванов Ю. Б. Конкурентоспособность предприятия в условиях формирования рыночной экономики : монография. Харьков : ХГЭУ, 1997. 246 с. 7. Киперман Г. Я., Азроянц Э. А. Рыночная экономика : словарь / под общ. ред. Г. Я. Кипермана. М. : Республика, 1993. 524 с. 8. Круглов М. И. Стратегическое управление компанией : учебник для вузов. М. : Русская деловая литература, 1999. 768 с. 9. Перцовский Н. И. Международный маркетинг : учебное пособие / под ред. Н. И. Перцовского. М. : Высшая школа, 2001. 240 с.

10. Скударь Г. М. Управление конкурентоспособностью крупного акционерного общества: проблемы и решения. Киев : Наукова думка, 1999. 496 с.

THE CONCEPT OF NEW PRODUCT INTRODUCTION

УДК 338.33

N. Bardakov

Undergraduate 1 year of study
of the Faculty of Management and Marketing of KhNEU S. Kuznets

Annotation. *The history of the origin and the essence of the concepts «innovation», «development of a new product» and «product creation» are considered. The morphological analysis of the essence of these concepts.*

Keywords: *investments, innovations, new products, new technologies, morphological analysis.*

Анотація. *Розглянуто історію виникнення та сутність понять «інновація», «розробка нового продукту» і «створення продукту». Проведено морфологічний аналіз сутності цих понять.*

Ключові слова: *інвестиції, інновації, нова продукція, нові технології, морфологічний аналіз.*

Аннотация. *Рассмотрены история возникновения и сущность понятий «инновация», «разработка нового продукта» и «создание продукта». Проведен морфологический анализ сущности этих понятий.*

Ключевые слова: *инвестиции, инновации, новая продукция, новые технологии, морфологический анализ.*

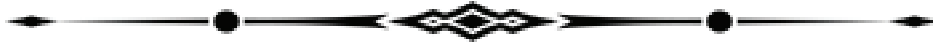
The process of growth of a company often comes with the process of developing a new product as an element of innovation and then implementing it into the scheme of the enterprise and introducing it to the market. This subject has been analyzed by various experts, namely T. Kelley, H. Chesbrough, S. Berkun, V. Kumar and others. The goal of this paper is to provide a brief insight about the concepts of innovation, new product development and implementation, as well as analyze the aforementioned concepts morphologically.

Firstly, before trying to grasp the idea of integrating a new product into the manufacturing plans of an enterprise and then pushing it out to the consumers, the history, role and the concept of innovation, product development and product design should be considered.

The history of product innovation can be divided into three stages, beginning with the product-oriented or technology-pushed stage. In the post-World War II era Americans were coming off wartime shortages and were in the mood to buy the many goods that manufacturers produced. Engineers, who were more product-oriented than consumer oriented, designed new products that might or might not find places in consumers' hearts and minds. This was a product-oriented process in which the market was considered the receptacle for products that emerged from the firm's research and development efforts [8].

However, competition escalated and consumers became more skeptical and selective about the types of products they purchased. Marketers found it increasingly difficult to rely on persuasive sales techniques to move products. Retailers grew restless when these products did not move off shelves as quickly as planned. Companies had to know more about their target markets: what were the wants and needs of the people who were buying their products, how could their firm satisfy these wants and needs, etc. [6].

The second stage was marked by the emergence of the market as the driver of innovation. Instead of being technology-driven, new product development evolved into a market-led process in which new products emerged from well-researched



customer needs. The new product development process was placed in the hands of marketers who knew consumers' wants and needs. Customer demand «pulled» the product through the development process.

The rapid pace of change that engulfed businesses toward the end of the twentieth century put an even greater burden on companies to build adaptive capabilities into their organizations. Global competition means there are more competitors capable of world-class performance. This has made competition more intense, rigorous, and aggressive than ever before.

New technologies have had two important outcomes in regards to innovation. First, new technologies are responsible for this new market sophistication in which consumers have more choices and are thus more demanding. Secondly, new technology has increased manufacturers' capabilities for rapid response to shifting market needs.

Finally, product life cycles have become more compressed as the skills required for developing new products increase in complexity. For example, consider the development of a new type of computer software. The expertise needed to develop the software from conception to commercialization might take years. The product's life cycle in such a competitive and turbulent environment might last only a few months. Therefore, companies have embraced the view that new products are transient, whereas the skills and expertise needed to develop these products are a much more persistent requirement for success. Instead of the mono-approach, in which technology or markets drive innovation, new product development now requires a convergence of technology, marketing, product design, engineering, and manufacturing capabilities. The summary of the morphological analysis of the term «innovation» is presented in the tab. 1 [4; 5; 7; 10; 11].

Table 1

Morphological analysis of the concept «innovation»

Definition	Genus	Source
1. The introduction of something new	Introduction, new	Merriam-Webster [7]
2. The process of translating an idea or invention into a good or service that creates value or for which customers will pay.	Process, translating, idea, invention, value	The Business Dictionary [10]
3. Production or adoption, assimilation, and exploitation of a value-added novelty in economic and social spheres; renewal and enlargement of products, services, and markets; development of new methods of production; and establishment of new management systems.	Production, adoption, assimilation, exploration, novelty, renewal, enlargement, development, methods, systems	Crossan M., Apaydin M. [4]
4. The application of better solutions that meet new requirements, unarticulated needs, or existing market needs.	Application, solutions, requirements, needs	Wikipedia [11]
5. The specific instrument of entrepreneurship, the act that endows resources with a new capacity to create wealth Something new or different introduced	Instrument, act, endows, capacity, wealth, create, new, different	Drucker P. [5]

So, it is possible to say that innovation can be described as the process of creation of novelty or its integration in another process of entity.

The NPD process consists of the activities carried out by firms when developing and launching new products. A new product that is introduced on the market evolves over a sequence of stages, beginning with an initial product concept or idea that is evaluated, developed, tested and launched on the market. This sequence of activities can also be viewed as a series of information gathering and evaluation stages. Various sources suggest different approaches to the definition of new product development, which give us various points of view on the subject, as presented below (tab. 2) [2; 3; 6-8].

Table 2

Morphological analysis of the concept «new product development (NPD)»

Definition	Genus	Source
1. Process of developing a new product or service for the market.	Process, developing, product, service, market	The Business Dictionary [10]
2. The process of delivering a software product or technology from inception to market release.	Process, delivering, product, technology, market	Technopedia [9]
3. The transformation of a market opportunity into a product available for sale	Market, opportunity, product, sale	Wikipedia [11]
4. A marketing procedure in which new ideas are developed into viable new products or extensions to existing products or product ranges.	Procedure, ideas, products, extensions, product ranges	A Dictionary of Business and Management [6]
5. The process of creating or improving a product or service and managing it during all stages from design through marketing.	Process, creating, improving, product, service, managing, stages, design, marketing	Academic Dictionaries and Encyclopedias [1]



It is possible to say that new product development is truly a process during which a concept of a new product or service is created and which is further being developed and integrated into an existing framework of a company and then managed accordingly.

Product design is cross-functional, knowledge-intensive work that has become increasingly important in today's fast-paced, globally competitive environment. It is a key strategic activity in many firms because new products contribute significantly to sales revenue [3]. When firms are able to develop distinctive products, they have opportunities to command premium pricing. Product design is a critical factor in organizational success because it sets the characteristics, features, and performance of the service or good that consumers demand. The objective of product design is to create a good or service with excellent functional utility and sales appeal at an acceptable cost and within a reasonable time. The product should be produced using high-quality, low-cost materials and methods. It should be produced on equipment that is or will be available when production begins [3; 4].

Product design can also be an important mechanism for coordinating the activities of key supply chain participants. As organizations outsource the production of sub-assemblies and components, they also may be asking suppliers to participate in product design. As they outsource design capabilities it is essential that they manage and coordinate the flow of information among the supply chain participants. This can be especially important as firms outsource components to two or more suppliers. Now, there may be important design interfaces among two, three, or more suppliers [2; 7].

Product design is an essential activity for firms competing in a global environment. Product design drives organizational success because it directly and significantly impacts nearly all of the critical determinants for success. Customers demand greater product variety and are quick to shift to new, innovative, full-featured products. In addition, customers make purchase decisions based on a growing list of factors that are affected by product design. Previously, customers made purchase decisions based primarily on product price and/or quality. While these factors are still important, customers are adding other dimensions such as customizability, order-to-delivery time, product safety, and ease and cost of maintenance [3].

In conclusion, it can be said that the process of new product development is a sophisticated procedure that is dependent on multiple factors contributing to its effectiveness, speed and other vital parameters. With increase in demand for new products and services, the requirements for the process of product development rise as well and thus should be prioritized as one of the main ways of raising enterprise's competitiveness on the market.

Supervisor – Candidate of Sciences (Economics), Associate Professor Mironova O. N.

Literature: **1.** Academic Dictionaries and Encyclopedias. URL: www.enacademic.com. **2.** Belliveau P., Griffin A., Somermeyer S. The PDMA ToolBook 1 for New Product Development. New York : John Wiley & Sons, 2002. 480 p. **3.** Crawford C. The hidden costs of accelerated product development. *Journal of Product Innovation Management*. 1992. № 9. P. 188–199. **4.** Crossan M., Apaydin M. A Multi-Dimensional Framework of Organizational Innovation. *Journal of Management Studies*. 2009. № 7. P. 1154–1191. **5.** Drucker P. F. Innovation and Entrepreneurship. New York : Harper Business, 1985. 288 p. **6.** Law J. A Dictionary of Business and Management. London : Oxford University Press, 2009. 656 p. **7.** Dictionary by Merriam-Webster. URL: <https://www.merriam-webster.com>. **8.** Smith P., Reinertsen D. Developing Products in Half the Time. New York : John Wiley & Sons, 1998. 320 p. **9.** Technopedia. URL: www.techopedia.com. **10.** The Business Dictionary. URL: <http://www.businessdictionary.com>. **11.** Wikipedia. URL: <https://www.wikipedia.org>.



ДОСЛІДЖЕННЯ ФАКТОРІВ ВПЛИВУ НА ФІНАНСОВИЙ СТАН ПІДПРИЄМСТВА

УДК 330.65

Барінова А. В.

Студент 4 курсу
фінансового факультету ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. Визначено фактори впливу на фінансовий стан підприємства, систематизовано їх класифікацію. Проаналізовано основні зовнішні та внутрішні фактори впливу на фінансовий стан сучасних вітчизняних підприємств.

Ключові слова: підприємство, організація, фінанси, фінансова стійкість, фінансовий результат, прибуток, ринкова кон'юнктура, фактори впливу, внутрішні фактори, зовнішні фактори.

Аннотация. Определены факторы влияния на финансовое состояние предприятия, систематизирована их классификация. Проанализированы основные внешние и внутренние факторы влияния на финансовое состояние современных отечественных предприятий.

Ключевые слова: предприятие, организация, финансы, финансовая устойчивость, финансовый результат, прибыль, рыночная конъюнктура, факторы влияния, внутренние факторы, внешние факторы.

Annotation. The factors of influence on the financial condition of the enterprise are determined, their classification is systematized. The main external and internal factors of influence on the financial condition of modern domestic enterprises are analyzed.

Keywords: enterprise, organization, finance, financial stability, financial result, profit, market conditions, influence factors, internal factors, external factors.

Стійкий економічний розвиток підприємств є одним з основних факторів забезпечення їх конкурентоспроможності на ринках товарів і послуг, що неможливе без здійснення постійного моніторингу й систематичного оцінювання фінансового стану підприємств.

В економічній літературі питанням аналізу й оцінювання фінансового стану підприємств приділяється чимало уваги. Однак, незважаючи на велику кількість наукових праць, недостатньо висвітленим залишається питання оцінювання фінансового стану підприємства з урахуванням впливу факторів внутрішнього та зовнішнього середовища.

Значний внесок у дослідження факторів впливу на фінансовий стан підприємства зробили Деева Н. М., Савицька Г. В., Дедікова О. І., Грабовецький Б. Є., Обущак Т. А., Абрютіна М. С., Грачова А. В., Грищенко О. В. та ін. Однак різноманітність факторів впливу та їх несистематизованість ускладнюють формування єдиної класифікації.

Метою написання статті є дослідження системи факторів впливу на фінансовий стан підприємства за сучасних умов функціонування.

Головною умовою економічного зростання будь-якої країни світу є безперебійне функціонування та задовільний фінансово-економічний стан підприємств. Здійснення ефективного управління фінансовим станом підприємства із урахуванням перспектив його розвитку залежить не лише від цілі його проведення, а й від визначення впливу тих чи інших факторів як на діяльність підприємства в цілому, так і на його фінансовий стан зокрема.

Під фінансовим станом розуміють здатність підприємства фінансувати свою діяльність, що характеризується забезпеченістю фінансовими ресурсами, необхідними для нормального функціонування, доцільністю їхнього розміщення й ефективністю використання, фінансовими взаємовідносинами з іншими юридичними та фізичними особами, платоспроможністю й фінансовою стійкістю. Фінансовий стан може бути стійким, нестійким і кризовим. Здатність підприємства вчасно здійснювати платежі, фінансувати свою діяльність на розширеній основі свідчить про його успішний фінансовий стан [4].

У сучасній економічній літературі немає єдиного методичного підходу до питання класифікації видів факторів і побудови їх системи. У кожного з науковців у цій галузі існує свій підхід до класифікації факторів, які впливають на фінансовий стан підприємства; деякі з них подано в табл. 1 [3; 4; 6].

Таблиця 1

Класифікація різними науковцями факторів впливу на фінансовий стан підприємства

Автор	Фактори
Грищенко О. В. [6]	– за місцем виникнення: зовнішні та внутрішні; – за структурою: постійні та змінні; – за ступенем кількісного вимірювання: якісні (підлягають вимірюванню), кількісні (не підлягають вимірюванню)
Обущак Т. А. [3]	– за напрямком впливу: позитивні та негативні; – за місцем виникнення: зовнішні та внутрішні; – за можливістю управління: об'єктивні та суб'єктивні
Савицька Г. В. [4]	– за широтою дії: загальні, специфічні; – за напрямком аналізу фінансового стану: ліквідність, платоспроможність, фінансова стійкість, оборотність, рентабельність; – за місцем виникнення: зовнішні, внутрішні

Отже, фактори впливу на фінансовий стан підприємства можуть бути класифіковані за різними ознаками. Тому доцільно узагальнити та згрупувати наведені фактори (табл. 2) [3; 4; 6].

Таблиця 2

Види факторів впливу на фінансовий стан підприємства

Фактори, що впливають на показники фінансового стану підприємства	
За якістю впливу	– позитивні; негативні
За структурою	– прості; складні
За ступенем кількісного вимірювання	– якісні; кількісні
За напрямком аналізу фінансового стану	– ліквідність; фінансова стійкість; оборотність; рентабельність; платоспроможність
За можливістю управління та впливу	– об'єктивні; суб'єктивні
За широтою дії	– загальні; специфічні
За тривалістю впливу	– постійні; змінні
За місцем виникнення	– зовнішні; внутрішні

Доцільно детальніше розглянути зовнішні та внутрішні фактори впливу на фінансовий стан підприємства, оскільки до їх складу належать решта факторів розглянутих класифікаційних ознак.

Зовнішніми стосовно підприємства є ті фактори, на які воно не може впливати або цей вплив може бути незначним (екзогенні). Зовнішні фактори поділяють на міжнародні, національні та ринкові.

Міжнародні фактори складаються під впливом причин загальноекономічного характеру (економічна циклічність розвитку ведучих країн; стан світової господарської системи, що характеризується політикою міжнародних банків), стабільність міжнародної торгівлі, що, у свою чергу, залежить від укладання міжурядових договорів і угод.

До національних факторів, що досить відчутно впливають на фінансовий стан кожного суб'єкта господарювання, належать політичні, економіко-демографічні, психографічні (культурні) та науково-технічні. Так, політична стабільність і спрямованість внутрішньої політики держави, реалізовані через право, виражаються у ставленні до підприємницької діяльності та принципах державного регулювання економіки (заборонний чи стимулюючий характер), до форм власності (її приватизація чи націоналізація, принципи земельної політики), заходів захисту прав споживачів і підприємців (захист конкуренції, обмеження монополізму). Усе це акумулюється в законодавчих нормах, актах, що визначають діяльність підприємств [7].

Економіко-демографічні фактори характеризуються розміром і структурою потреб, а за певних економічних передумов – платоспроможним попитом населення. До них належать рівень доходів і накопичень населення, рівень цін, можливість отримання кредиту, фаза економічного циклу розвитку національної економіки. Так, падіння попиту, характерне для відповідної фази економічного розвитку, спричиняє загострення конкуренції, руйнування чи поглинання збанкрутілого підприємства.

Фактори психографічного характеру виявляються у звичках і нормах споживання, перевазі одних товарів і негативному ставленні до інших.

Рівень розвитку науки і техніки визначає всі складові процесу виробництва товару та його конкурентоспроможність. Зміни в технології виробництва, здійснені підприємством для забезпечення конкурентних переваг, як правило, вимагають значних капітальних вкладень і можуть протягом досить тривалого періоду негативно впливати на прибутковість підприємства, у тому числі і через невдачі у впровадженні нової технології [7].

Зовнішні умови діяльності підприємства відбивають економічну ситуацію в країні і за кордоном, в окремих регіонах і на галузевих ринках.

До пріоритетної групи факторів належить високий темп інфляції. Останнім часом постійні інфляційні очікування не сприяють реалізації підприємствами стратегічних цілей. Сполучені з недостатньо гнучкою, а часто руйнівною податковою системою держави, кредитною політикою, високі для кінцевого споживача ціни стимулюють не розширення виробництва, а його скорочення. Установлені підприємствами високі ціни на продукцію часто є спричиненими не їх необгрунтованою ціновою політикою, а впливом зовнішніх ціноутворюючих факторів.

До внутрішніх факторів належать ті, що безпосередньо залежать від форм, методів та організації роботи на самому підприємстві (ендогенні).

Внутрішні фактори впливу на фінансовий стан підприємства розподіляють на якісні та кількісні. До якісних належать мета, галузь діяльності, традиції, репутація та імідж, форма власності, організаційна структура управління, організація системи управління, форма спеціалізації, концентрація виробництва, диверсифікація виробництва, прогресивність засобів і методів виробництва, рівень виробничих запасів.

До кількісних факторів належать кваліфікований склад керівництва й персоналу, частка ринку і стадія життєвого циклу, інноваційна діяльність, адаптивність фірми, тривалість виробничого циклу, рівень виробничих запасів, структура балансу, платоспроможність, ліквідність, співвідношення власних і залучених засобів, вартість капіталу, структура майна, інвестиційна привабливість, дохід на акцію, рівень прибутковості та рентабельності [7].

Сучасні інструменти факторного аналізу, застосовувані багатьма науковцями для визначення ключових факторів впливу на діяльність вітчизняних підприємств, доводять тенденції переважання факторів зовнішнього середовища. За таких умов підприємствам слід намагатися пристосовуватися до умов, які диктує сучасність. Так, на прикладі дослідження діяльності підприємств машинобудівної галузі визначено, що пріоритетними факторами впливу на їх фінансовий стан є показники, що визначають загальний економічний стан економіки: рівень інфляції, облікова ставка Національного банку України, частка прямих інвестицій у валовий внутрішній продукт. З одного боку, це фактори, на які підприємство не може впливати, з іншого – ефективність реалізації виробничого потенціалу країни й кожного окремого підприємства є основою забезпечення економічної стабільності та соціального розвитку кожного окремого суб'єкта економічних відносин [7].

Таким чином, підприємства є головною ланкою фінансової системи держави, а задовільний фінансовий стан працюючих підприємств є основою стабільності та запорукою успіху держави на міжнародній арені. Саме тому важливо всебічно аналізувати зовнішні та внутрішні фактори впливу на діяльність підприємства. Ураховуючи, що більшість зовнішніх факторів є несприятливими для розвитку вітчизняної економіки, основну увагу слід приділити розробці ефективної внутрішньої політики управління фінансовим станом. Наявність такої політики дозволить підтримувати фінансовий стан на належному рівні, що є необхідним для успішного розвитку економіки країни в цілому.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Алексєнко І. І.

Література: 1. Дєєва Н. М., Дедіков О. І. Фінансовий аналіз : навч. посіб. Київ : Центр навч. літ., 2007. 328 с. 2. Грабовецький Б. Є. Економічний аналіз : навч. посіб. Київ : Центр навч. літ., 2009. 256 с. 3. Обущак Т. А. Сутність фінансового стану підприємства. *Актуальні проблеми економіки*. 2007. № 9. С. 92–100. 4. Савицкая Г. В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия. Минск : Новое знание, 2000. 688 с. 5. Абрютин М. С., Грачев А. В. Анализ финансово-экономической деятельности предприятия : учебное пособие. М. : Дело и сервис, 2003. 272 с. 6. Грищенко О. В. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятия : учебное пособие. Таганрог : ТРТУ, 2000. 112 с. 7. Алексєнко І. І. Визначення факторів впливу на інвестиційну привабливість підприємства. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2017. № 17. С. 4–7.

ЭТАПЫ ПЛАНИРОВАНИЯ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

УДК 330.34

Бешимов Х. Н.

Магистрант 2 года обучения
факультета менеджмента и маркетинга ХНЭУ им. С. Кузнеця

Аннотация. Проанализированы этапы стратегического планирования инновационной деятельности предприятия. Детализированы процессы планирования инновационной деятельности и планирования в инновационном менеджменте.

Ключевые слова: предприятие, организация, финансы, инновации, стратегия, планирование, стратегическое планирование, инновационное планирование, инновационный менеджмент.

Анотація. Проаналізовано етапи стратегічного планування інноваційної діяльності підприємства. Деталізовано процеси планування інноваційної діяльності та планування в інноваційному менеджменті.

Ключові слова: підприємство, організація, фінанси, інновації, стратегія, планування, стратегічне планування, інноваційне планування, інноваційний менеджмент.

Annotation. Analyzed the stages of strategic planning of innovative activity of the enterprise. Detailed planning processes of innovation and planning in innovation management.

Keywords: enterprise, organization, finance, innovation, strategy, planning, strategic planning, innovation planning, innovation management.

Главным условием экономического роста и обеспечения надлежащего места отечественной экономики в мировой экономической системе является эффективное использование инноваций, которые превращаются в решающий фактор социально-экономического развития и играют ведущую роль в решении экономических, экологических, социальных и культурных задач. В этой связи особую актуальность приобретает рассмотрение комплекса вопросов относительно планирования инновационной деятельности строительных предприятий, поскольку качественное планирование является залогом эффективности фирмы в реализации стратегии инновационного развития.

С точки зрения инновационного менеджмента планирование представляет собой функцию инновационного менеджмента, включающую систему мероприятий по оценке факторов внешней и внутренней среды, систему мероприятий по прогнозированию деятельности предприятия, а также по планированию реализации стратегий организации и достижения определенной цели.

Стратегия организации находит отражение в системе стратегических планов. Стратегический план организации охватывает общекорпоративные планы; планы стратегических хозяйственных единиц, на которые разделяется организация; планы функциональных сфер деятельности (маркетинговой, инвестиционной, производственной, инновационной и др.). Среди них важное место принадлежит планам инновационной деятельности [2].

Стратегическое планирование инновационной деятельности организации осуществляется в рамках общей в несколько этапов. Для каждого определенного направления руководство выбирает инновационную стратегию развития, которая затем становится основой для формирования долгосрочных, среднесрочных и краткосрочных планов; формируются этапы стратегического планирования. На рисунке приведена схематическая усовершенствованная последовательность этапов стратегического планирования инновационного развития организации (рис. 1) [2].

Анализ внешней среды требует тщательного исследования факторов прямого (микросреды) и опосредованного (макросреды) действия. Например, угрозу для предприятия могут представлять не только конкуренты, но и ограничения патентно-лицензионного налогового законодательства. Для обоснованных прогнозов относительно внешней среды необходимо прежде всего выделить факторы, на которые организация может влиять. К макрофакторам относятся экономические, политические, правовые, культурные и др.

Другой подход используют при анализе факторов непосредственного микроокружения: поставщиков, посредников, потребителей, конкурентов. Поскольку предприятие является системой, то любые изменения в его деятельности влияют на все его элементы и на среду в целом. Поэтому анализ микросреды позволяет понять, каким образом фирма может целенаправленно влиять на свое непосредственное окружение и делать его более

благоприятным для себя. Именно в этом направлении следует разрабатывать инновации, формировать конкурентные преимущества [5].

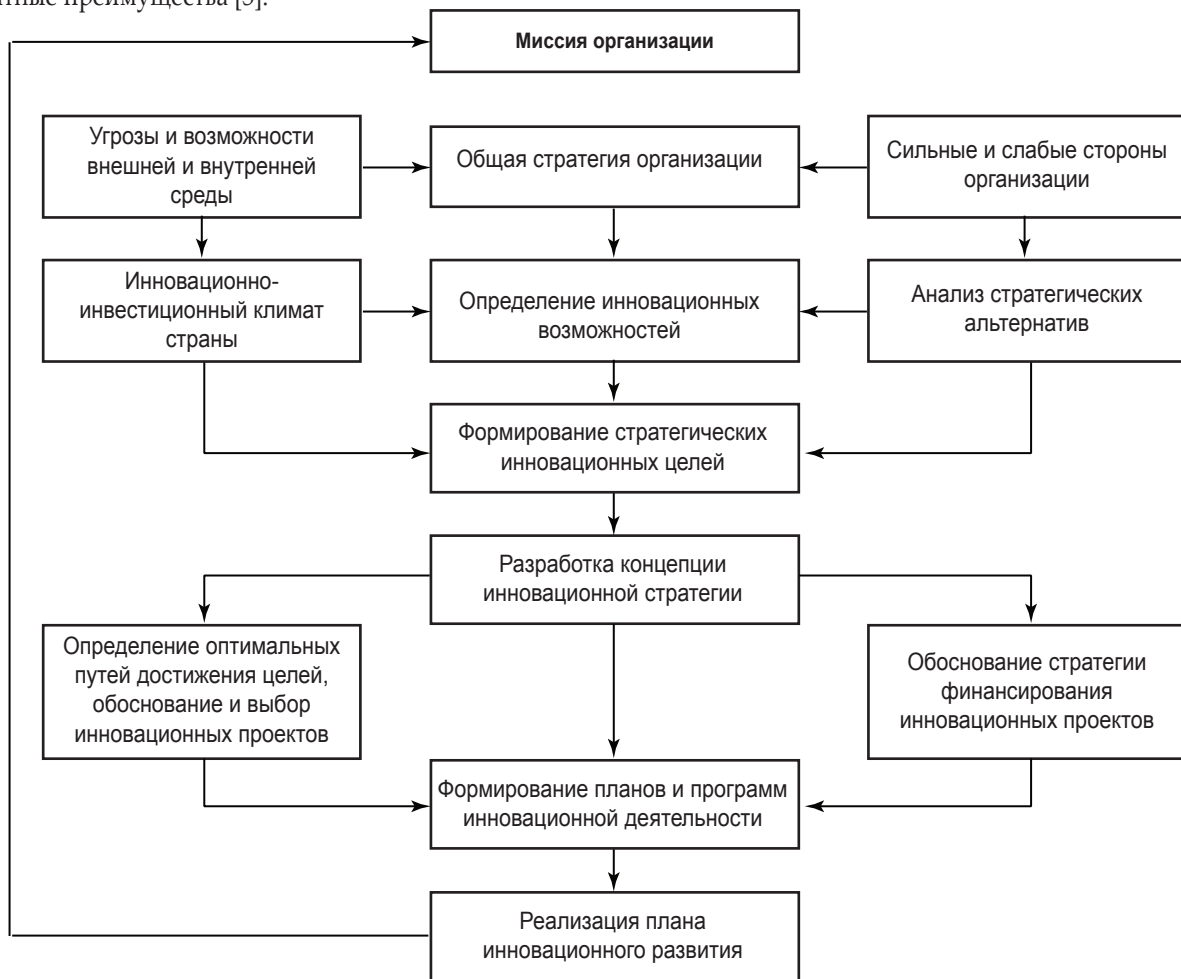


Рис. 1. Этапы стратегического планирования инновационного развития организации

Инновационный потенциал предприятия во многом определяется технико-технологическими характеристиками производственного оборудования, его способностью к перенастройке, перепланированию операций и др. Еще большее значение имеют творческая атмосфера сотрудничества, стиль управления и мотивационные предпочтения работников предприятия [1].

Высокий потенциал свидетельствует о способности организации вести инновационный поиск и осуществлять организационные изменения в процессе реализации любой инновационной стратегии. Низкий потенциал не обеспечивает такой возможности и ограничивает выбор инновационных стратегий. Поэтому оценка инновационного потенциала является необходимой составляющей процесса разработки стратегии развития.

После определения потенциала предприятия к внедрению инноваций переходим непосредственно к формированию стратегических инновационных целей. На этом этапе определяют основные задачи инновационной деятельности с учетом общей стратегии предприятия и его инновационных позиций. Выбор целей развития зависит не только от инновационного потенциала предприятия, но и от инновационно-инвестиционного климата в стране.

Инновационная стратегия является одним из средств достижения целей организации и характеризуется новизной, прежде всего, для организации, а часто и для отрасли, рынка, потребителей. В зависимости от цели и позиции на рынке выделяют такие виды инновационных стратегий: стратегия наступления, стратегия защиты, имитационная, зависимая, традиционная стратегия и стратегия «ниши» [3].

Завершающий этап – это непосредственная реализация стратегического плана. План должен быть реалистичным. На этом этапе следует ознакомить работников с планами и создать условия для их выполнения. Руководство организации должно убедиться, что персонал предприятия готов к реализации инновационного проекта. Сотрудники, стремящиеся к развитию, с большим энтузиазмом воспринимают новое, тогда как работники, предпочитающие постоянство в деятельности, наоборот, тяжело принимают нововведения [3]. В своем большинстве персонал предприятия – это специалисты, которые работают по нормам и стандартам. Поэтому вполне вероятно,



что инновационные идеи, касающиеся внедрения современного оборудования, использования новой технологии производства или даже инновационной системы оплаты труда, могут быть не одобрены.

Таким образом, проведенный анализ и собственные научные наработки позволяют определить стратегию инновационного развития предприятия как направленную на устойчивое развитие, упорядоченную, внутренне и внешне согласованную совокупность целевых ориентиров развития предприятия. Она предполагает формирование механизмов обеспечения восприимчивости предприятия к инновациям, перманентной их генерации, а также внедрение и реализацию различных методов и ключевых мероприятий ведения инновационной деятельности.

Научный руководитель – канд. экон. наук, доцент Веретенникова А. Б.

Литература: 1. Димитров И. Л. Планирование инноваций как организующее начало процесса реализации инновационного проекта. *Молодой ученый*. 2016. № 12. С. 197–198. 2. Максимов Н. Н. Основные принципы и задачи инновационной деятельности организаций в современных условиях. *Молодой ученый*. 2013. № 10. С. 344–347. 3. Мальгина Н. С., Зарубина Ж. Н. Стратегическое планирование инновационной деятельности предприятия // Студенческий научный форум : материалы VI Международной студенческой электронной научной конференции (15 февраля–31 марта 2014 г.). URL: <https://scienceforum.ru/2014>. 4. Грибов В. Д., Никитина Л. П. Инновационный менеджмент : учебное пособие. М. : Инфра-М, 2012. 312 с. 5. Голубков Е. П. Инновационный менеджмент : учебное пособие. М. : Дело и сервис, 2012. 464 с.



АЛГОРИТМ ФОРМИРОВАНИЯ ИННОВАЦИОННОЙ СТРАТЕГИИ ПРЕДПРИЯТИЯ

УДК 330.34

Бешимов Х. Н.

Магистрант 2 года обучения
факультета менеджмента и маркетинга ХНЭУ им. С. Кузнеця

Аннотація. Розглянуто алгоритм формування інноваційної стратегії підприємства. Проаналізовані проблеми інноваційної діяльності підприємства. Предложено методи ефективного рішення існуючих проблем.

Ключевые слова: підприємство, організація, фінанси, інновації, стратегія, планування, стратегічне планування, інноваційне планування, інноваційна стратегія, інноваційний менеджмент.

Анотация. Рассмотрено алгоритм формирования инновационной стратегии предприятия. Проанализованы проблемы инновационной деятельности предприятия. Предложено методы эффективного решения существующих проблем.

Ключові слова: підприємство, організація, фінанси, інновації, стратегія, планування, стратегічне планування, інноваційне планування, інноваційна стратегія, інноваційний менеджмент.

Annotation. The algorithm of formation of the innovation strategy of the enterprise is considered. Analyzed the problems of innovation enterprise. Methods for effectively solving existing problems are proposed.

Keywords: enterprise, organization, finance, innovation, strategy, planning, strategic planning, innovation planning, innovation strategy, innovation management.



Процесс формирования и реализации инновационной стратегии конкретного предприятия уникален. Однако, формирование стратегии любого предприятия происходит с учетом его целей, среди них увеличение доходов, обеспечение более высоких темпов роста, улучшение качества продукции и предоставляемых услуг, проникновение на новые рынки. Формирование инновационной стратегии представляет собой определение направлений инновационного развития, учитывающих потенциальные возможности корпорации, ее текущее положение на рынке, влияние факторов внешней и внутренней среды в условиях рынка [2].

Решение о формировании той или иной инновационной стратегии индивидуально для каждого предприятия и определяется не только общими условиями, но и внутренними специфическими параметрами деятельности. Эти особенности находят свое отражение на каждом этапе формирования и реализации конкретных инновационных стратегий. Поскольку формирование и реализация инновационной стратегии представляют собой последовательный процесс, целесообразно разработать алгоритм формирования и реализации инновационной стратегии, отражающий основные этапы этого процесса. Количество и содержание этапов такого алгоритма могут различаться в зависимости от формы собственности, отраслевой принадлежности, размеров и системы управления корпорацией [2; 3].

Алгоритм формирования и реализации инновационной стратегии предприятия представлен на рис. 1 [2; 3].

Применение алгоритма формирования стратегии инновационного развития предприятия позволяет:

- провести комплексную оценку стратегического и инновационного потенциала: оценить текущее состояние предприятия (его финансовое положение, состояние основных фондов, производительность труда) по средствам анализа его ресурсного потенциала;
- оценить уровень инновационной активности предприятия, его инновационный потенциал для определения производственных альтернатив, реализация которых возможна в определенный период времени инновационного развития [2; 3].

Процесс предполагает осуществление выбора стратегии инновационного развития в соответствии с уточненными этапами инновационного развития предприятия.

Алгоритм позволяет ООО ТПК «НОВА» заниматься разработкой стратегии, определять корректность выбранного направления инновационного развития посредством анализа и последовательного четкого выполнения указанных действий, дающих возможность предприятию в случае необходимости вернуться к этапу, вызывающему те или иные сомнения [2; 3].

Таким образом, новизна предлагаемого подхода к формированию стратегии инновационного развития ООО ТПК «НОВА» выражается в пошаговом раскрытии сущности процесса формирования стратегии инновационного развития. В этом ее отличие от существующих в научной литературе, где лишь фиксируется факт наличия этапа формирования стратегии, но нет четкой детализации элементов, из которых он состоит.

Научный руководитель – канд. экон. наук, доцент Веретенникова А. Б.

-
- Литература:** 1. Генік О. Особливості інноваційної стратегії організації вітчизняних підприємств. *Формування ринкової економіки в Україні*. 2009. № 19. С. 165–169. 2. Мальгина Н. С., Зарубина Ж. Н. Стратегическое планирование инновационной деятельности предприятия // Студенческий научный форум : материалы VI Международной студенческой электронной научной конференции (15 февраля – 31 марта 2014 г.). URL: <https://scienceforum.ru/2014>. 3. Микитюк П. П. Інноваційний менеджмент : навч. посіб. Тернопіль : Економічна думка, 2005. 296 с. 4. Голубков Е. П. Инновационный менеджмент : учебное пособие. М. : Дело и сервис, 2012. 464 с.



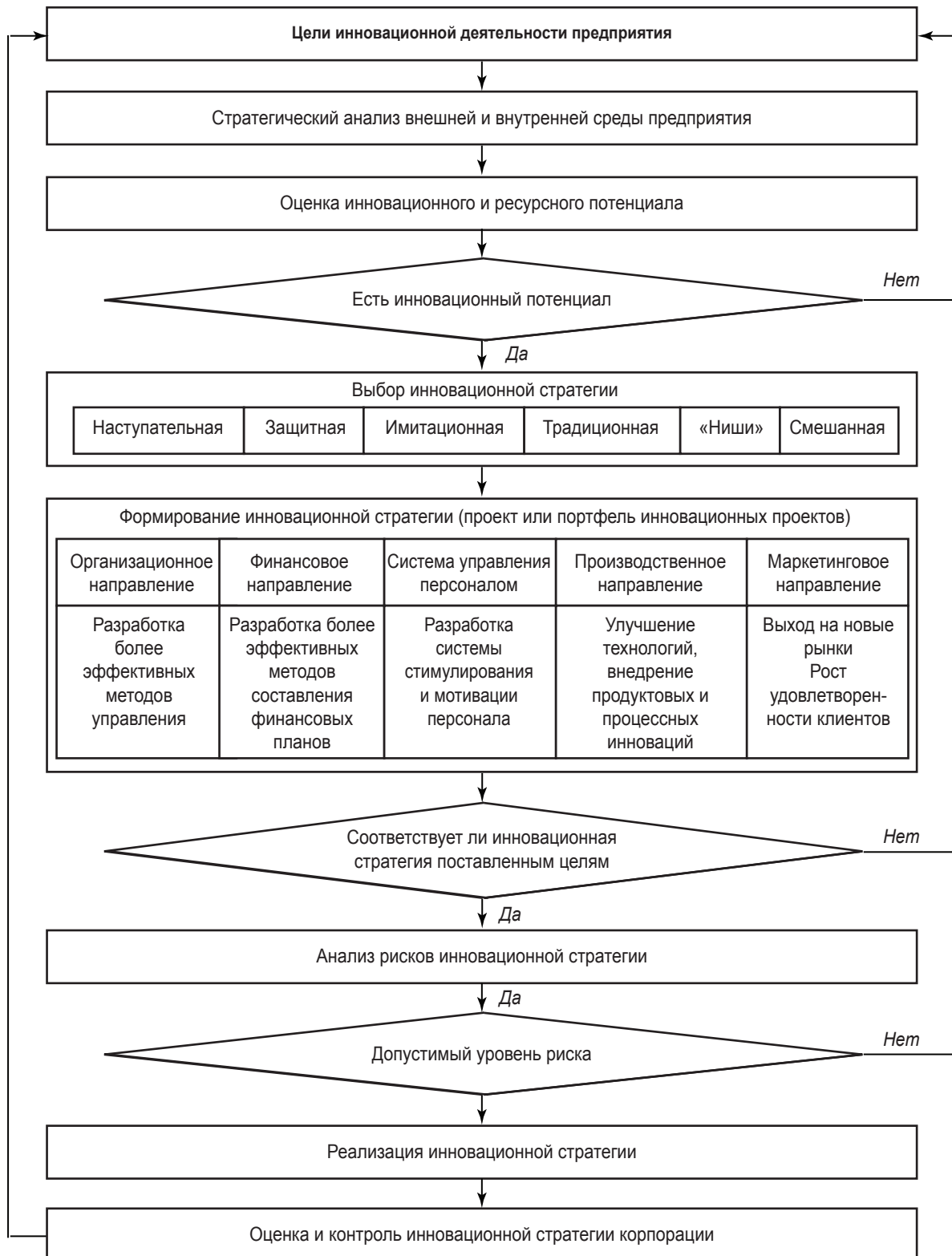


Рис. 1. Алгоритм формирования инновационной стратегии предприятия

УЗАГАЛЬНЕННЯ ТЕОРЕТИЧНИХ ПІДХОДІВ ДО ВИЗНАЧЕННЯ ЛОГІСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ НАЦІОНАЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ

УДК 658.7

Білозьорова А. В.

Магістрант 2 року навчання
факультету менеджменту і маркетингу ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. Розглянуто сутність поняття логістичної діяльності. Визначено роль і значення логістичної діяльності підприємств на сучасному етапі розвитку вітчизняної економіки.

Ключові слова: підприємство, організація, логістика, ресурси, логістична діяльність, логістичні процеси, товарний потік, ланцюги поставок, рентабельність.

Аннотация. Рассмотрена сущность понятия логистической деятельности. Определены роль и значение логистической деятельности предприятий на современном этапе развития отечественной экономики.

Ключевые слова: предприятие, организация, логистика, ресурсы, логистическая деятельность, логистические процессы, товарный поток, цепи поставок, рентабельность.

Annotation. The essence of the concept of logistics. The role and importance of the logistics activities of enterprises at the present stage of development of the domestic economy are determined.

Keywords: enterprise, organization, logistics, resources, logistic activity, logistic processes, goods flow, supply chain, profitability.

Сучасний стан національної економіки потребує вдосконалення господарської діяльності підприємств усіх галузей і сфер. Особливої актуальності набувають питання вдосконалення логістичної діяльності, за якою Україна посідає 80-те місце за показниками LPI. Вивчення досвіду розвинених країн засвідчує, що концепція логістичного підходу є найконструктивнішою при управлінні потоками та процесами у будь-якій сфері економічної діяльності, дає змогу підвищити ефективність цієї діяльності на основі чіткої організації та інтегрованості управління.

Дослідженням сутності та ролі логістичної діяльності займалися і займаються як зарубіжні автори, так і вітчизняні, серед них Д. Бауерсокс, Д. Клосс, М. Кристофер, Д. Сток, Д. Ламберт, М. Григорак, Є. Крикавський, Н. Чухрай, М. Сумець, Г. Руденко та ін. Однак, незважаючи на наявність численних теоретичних розробок, уточнення потребують сучасні особливості логістичної діяльності підприємств у контексті її подальшого вдосконалення.

Метою написання статті є уточнення теоретичних аспектів сутності та ролі логістичної діяльності підприємств на сучасному етапі розвитку економіки України.

За експертними оцінками науковців і спеціалістів, широке використання методів логістики дозволяє скоротити час просування продукції на 25–30 %, знизити рівень запасів продукції у споживачів на 30–50 %. Проведені в Англії дослідження засвідчили, що у вартості продукту, який потрапив до кінцевого споживача, понад 70 % становлять витрати на логістику, тобто на транспортування, зберігання, упакування та ін. [21].

Грамотна логістика дозволяє істотно збільшити рентабельність бізнесу. Завдяки серйозним вкладенням у розвиток логістичних процесів вона дає змогу внести кардинальні зміни у стратегію просування: продукт починає позиціонуватися не просто як товар, а доповнюється сервісною складовою на шляху просування його до кінцевого споживача. Підприємства переходять на вищий якісний рівень обслуговування: виробництво – кінцевий споживач, розширюють свій вплив на управління товаром у збуті [15].

Логістична діяльність сприяє підвищенню економічних показників, вирішує проблеми державної політики, відіграє ключову роль в економіці, оскільки є необхідною умовою для розширення товарних ринків.

Семчук Ж. В., Скриньковський Р. М. визначають логістичну діяльність як окремий вид господарської діяльності, що передбачає переміщення матеріальних, фінансових, інформаційних, людських та сервісних потоків через ланцюги поставок між виробником і споживачем продукції.

Міщук І. П. визначає логістичну діяльність як сукупність логістичних операцій, що забезпечують рух вхідного, внутрішнього (внутрішньомагазинного – для підприємств роздрібної торгівлі, внутрішньоскладського – для підприємств гуртової торгівлі) та вихідного товарного потоку, а також рух аналогічних потоків тари та пакувальних матеріалів, торговельного обладнання та інвентарю, інформаційних і фінансових потоків.

Чорний А. В. підкреслює, що логістична діяльність є ключовим елементом процесу управління діяльністю підприємства, що водночас може бути як об'єктом, так і предметом управління. Основне завдання управління логістичною діяльністю сучасних підприємств полягає у забезпеченні оптимального розвитку самого підприємства.

Отже, різні науковці розкривають сутність логістичної діяльності, підкреслюючи різні теоретико-методологічні аспекти цього поняття (табл. 1) [1–4; 6; 8; 9; 13; 14; 19; 22].

Сутність логістичної діяльності визначає її основні цілі, до яких належать забезпечення впливу на розробку та подальшу оптимальну реалізацію стратегії підприємства, планування й оперативне уточнення обсягу ресурсів, поставка ресурсів, а також забезпечення ресурсами з мінімальними витратами протягом усього життєвого циклу.

Таблиця 1

Теоретичні підходи до визначення сутності поняття логістичної діяльності

№ з / п	Автор	Визначення	Ключові аспекти
1	Семчук Ж. В., Скриньковський Р. М. [13]	Логістична діяльність – окремий вид господарської діяльності, що передбачає переміщення матеріальних, фінансових, інформаційних, людських та сервісних потоків через ланцюги поставок між виробником і споживачем продукції	Вид діяльності, що передбачає переміщення потоків
2	Міщук І. П. [8]	Логістична діяльність – сукупність логістичних операцій, що забезпечують рух вхідного, внутрішнього (внутрішньомагазинного – для підприємств роздрібною торгівлі, внутрішньо-складського – для підприємств гуртової торгівлі) та вихідного товарного потоку, а також рух аналогічних потоків тари та пакувальних матеріалів, торговельного обладнання й інвентарю, інформаційних і фінансових потоків	Сукупність логістичних операцій
3	Чорний А. В. [22]	Логістична діяльність – ключовий елемент процесу управління діяльністю підприємства, що водночас може бути як об'єктом, так і предметом управління. Основне завдання управління логістичною діяльністю сучасними підприємствами полягає у забезпеченні оптимального розвитку самого підприємства	Призначена для забезпечення оптимального розвитку підприємства
4	Сергєєв В. І. [14]	Логістична діяльність – комплекс логістичних функцій та операцій, спрямованих на виникнення, перетворення й поглинання матеріальних потоків у певному економічному об'єкті	Комплекс логістичних функцій та операцій
5	Неруш Ю. І. [9]	Логістична діяльність – сфера господарської діяльності, що є пов'язаною із розподілом, фізичним забезпеченням, фізичним розподілом та ін.	Є пов'язаною з розподілом, фізичним забезпеченням, фізичним розподілом та ін.
6	Гаджинський А. М. [4]	Логістична діяльність – напрямок господарської діяльності, що полягає в управлінні матеріальними потоками у сферах виробництва й розподілу	Управління матеріальними потоками у сферах виробництва й розподілу
7	Тридід О. М. та ін. [19]	Логістична діяльність – єдиний технологічний процес усієї виробничо-транспортної системи на підставі інтеграції виробництва, транспортування та споживання	Єдиний технологічний процес усієї виробничо-транспортної системи
8	Алькема В. Г. [1]	Логістична діяльність – комплекс функціональних, управлінських і забезпечувальних процесів та операцій, що є спрямованими на трансформацію матеріальних і супутніх логістичних потоків, які є джерелом ресурсів для значної кількості суб'єктів у каналах і ланцюгах поставок	Спрямована на трансформацію матеріальних і супутніх логістичних потоків
9	Конищева Н. І., Трушкіна Н. В. [6]	Логістична діяльність – особливий вид господарської діяльності, реалізація якої потребує здійснення послідовних процесів у єдиному комплексі, що дозволяє мінімізувати витрати та збитки підприємства за рахунок оптимізації логістичного ланцюга та зменшення впливу зовнішніх ризиків	Оптимізація логістичного ланцюга та зменшення впливу зовнішніх ризиків
10	Бакаєв О. О., Кутах О. П., Пономаренко Л. А. [2]	Логістична діяльність – діяльність з реалізації різних етапів, стадій та операцій управління матеріальними потоками як єдиним цілим	Управління матеріальними потоками як єдиним цілим

Логістичні процеси є тісно пов'язаними з функціонуванням підприємства, вони не формують самостійну сферу діяльності, але мають підпорядковуватися основним цілям підприємства і забезпечувати їх досягнення. Щодо функцій логістичної діяльності, зауважимо, що чимало логістичних функцій виконують логістичні центри на умовах аутсорсингу, серед них перевантаження вантажів від кількох постачальників; зберігання вантажів від кількох постачальників, призначених для кількох ринків; розподіл і комплектація вантажів, призначених для кількох одержувачів; надання транспортних послуг, особливо споживачам; обробка матеріалів; упакування для транспортування та зберігання [19].

Розрізняють три основні фази логістичної діяльності підприємства: постачання, виробництво та збут готової продукції. Вони описують виробничо-господарську діяльність і охоплюють повний цикл виконання всіх логістичних і виробничих операцій, виконуваних на підприємстві задля виробництва та збуту продукції: входу матеріально-технічних ресурсів у систему, відповідної трансформації ресурсів у готовий продукт, виводу готової продукції з системи на ринок.

Логістична діяльність підприємства є здійснюваною у межах її логістичної системи, остання у своїй структурі передбачає підсистему постачання (забезпечує вхід матеріально-технічних ресурсів у систему); виробничу підсистему (перетворює ресурси на готовий продукт); підсистему забезпечення функціонування виробництва (ремонтне, інструментальне та інші господарства); підсистему збуту (забезпечує виведення готового продукту на ринок); підсистему планування й контролю (планування й контроль діяльності виробничої підсистеми й супутньо всіх інших) [19].

За сучасних умов важливо визначити пріоритетні шляхи вдосконалення логістичної діяльності підприємств, до яких науковці відносять передусім перехід від традиційної до електронної логістики (електронна логістика); перетворення традиційних логістичних операцій на е-логістику, що позитивно впливає на швидкість ринку, забезпечує зниження логістичних витрат обігу та сприяє зростанню ефективності логістичної діяльності в цілому [18].

Серед факторів удосконалення логістичної діяльності розрізняють конкурентні, георинкові, техніко-технологічні, паливно-енергетичні та соціально-економічні фактори [14].

Розвиток логістичної діяльності підприємства має здійснюватися на підставі системи забезпечення, що охоплює фінансово-економічне, організаційне, кадрове, наукове, інформаційне, техніко-економічне та правове забезпечення [13].

На підставі систематизації й узагальнення визначатимемо логістичну діяльність підприємства як процес управління матеріальними та супутніми інформаційними, фінансовими та сервісними потоками підприємства, що є здійснюваним шляхом послідовного та взаємоузгодженого виконання логістичних операцій (матеріально-технічного забезпечення, складування ресурсів і продукції, організації виробничого процесу, управління запасами, сервісного обслуговування споживачів, транспортування, організації розподілу та збуту продукції) на підставі принципів системності, комплексності, інтегрованості всіх ланок логістичного ланцюга «постачання–виробництво–збут» задля досягнення довгострокового успіху в бізнесі за рахунок максимального задоволення вимог споживачів та мінімізації витрат за умов ризиків, мінливості та невизначеності зовнішнього оточення.

Таким чином, теоретичні аспекти визначення сутності та ролі логістичної діяльності підприємств передбачають визначення поняття логістичної діяльності, її цілей, завдань і функцій; фаз логістичної діяльності та підсистем логістичної системи підприємства; уточнення видів забезпечення логістичної діяльності та факторів впливу на її ефективність. Предметом подальших досліджень у цьому напрямі має стати визначення шляхів удосконалення логістичної діяльності сучасних вітчизняних підприємств.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Колодізева Т. О.

Література: 1. Алькема В. Г. Генезис і розвиток економічної безпеки суб'єктів логістичної діяльності : автореф. дис. ... д-ра екон. наук : 21.04.02. Київ, 2011. 40 с. 2. Бакаєв О. О., Кутах О. П., Пономаренко Л. А. Теоретичні засади логістики : підручник. Київ : КУЕТТ, 2003. 430 с. 3. Бауэрсокс Д., Клосс Д. Логистика: интегрированная цепь поставок / пер. с англ. М. : Олимп-Бизнес, 2001. 640 с. 4. Гаджинский А. М. Логистика : учебное пособие. М. : Маркетинг, 1999. 228 с. 5. Колодізева Т. О., Руденко Г. Р. Методичне забезпечення оцінки ефективності логістичної діяльності підприємств : монографія. Харків : ХНЕУ, 2012. 292 с. 6. Коніщева Н. Й., Трушкіна Н. В. Управління логістичною діяльністю промислових підприємств. *Економіка промисловості*. 2005. № 1. С. 114–123. 7. Крикавський Є. В. Логістика. Основи теорії : підручник. Львів : Інтеллект-Захід, 2004. 416 с. 8. Міщук І. П. Формування систем логістики у підприємствах кооперативної торгівлі. URL: <http://vlp.com.ua/node/2850>. 9. Неруш Ю. И. Логистика : учебник. М. : Юнити-Дана, 2003. 496 с. 10. Гудков В. А., Миротин Л. Б., Ширяев С. А., Гудков Д. В. Основы логистики : учебник / под ред. В. А. Гудкова. М. : Горячая линия–Телеком, 2013. 386 с. 11. Попова Ю. М., Панюкова Ю. А. Логістична діяльність підприємства харчової промисловості та її оптимізація. *Фінанси, учет, банки*. 2014. № 1. С. 223–231. 12. Саркисов С. В. Логистика : учебное пособие. М. : Дело, 2008. 368 с. 13. Семчук Ж. В., Скриньковський Р. М. Розвиток маркетингової та логістичної діяльності підприємства як фактор підвищення його конкурентоспроможності і підприємницького потенціалу. *Інвестиції: практика та досвід*. 2015. № 8. С. 16–19. 14. Сергеев В. И. Логистика в бизнесе : учебное пособие. М. : Инфра-М, 2001. 608 с. 15. Стасюк К., Якимішин Л. Логістика в діяльності підприємства. URL: http://elartu.tntu.edu.ua/bitstream/123456789/16297/2/Conf_2016_Stasiuk_K-Logistics_of_the_activity_106-107.pdf. 16. Сток Д. Р., Ламберт Д. М. Стратегическое управление логистикой / пер. с англ. М. : Инфра-М, 2005. 798 с. 17. Сумець О. М. Логістична діяльність підприємства: формалізація операційної підсистеми логістичної системи. URL: http://old.khntusg.com.ua/files/sbornik/vestnik_137/35.pdf. 18. Телішевська О. Б. Інтегральний метод аналізу логістично-постачальницьких витрат під-

приємства. *Науковий вісник НЛТУ України*. 2014. № 24. С. 368–375. **19.** Тридід О. М., Таньков К. М., Леонова Ю. О. Логістика : навч. посіб. Київ : Персонал, 2008. 176 с. **20.** Уотерс Д. Логистика. Управление цепью поставок / пер. с англ. М. : Юнити-Дана, 2003. 504 с. **21.** Федоришина К. Индекс эффективности логистики 2016. Німеччина знову в лідерах. URL: <http://eizvestia.com/uk/ekonomika-ukr/full/366-indeks-efektivnosti-logistiki-2016-nimechchina-znovu-v-liderax>. **22.** Чорний А. В. Управлінські аспекти логістичної діяльності підприємств деревообробної промисловості. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2015. № 8. С. 668–671. **23.** Grabara J., Bajdor P., Okwiet B. Center as a tool for logistics activities in support of the company on the example of SMEs enterprise polish journal of management studies. URL: <http://oaji.net/articles/2014/1384-1415105200.pdf>. **24.** Kamarulzaman N. H. The Use of Internet Applications in Managing Logistics Activities Among Palm Oil Industry Participants. *Journal of Economics and Management*. 2009. № 3. P. 262–277. **25.** Strale M. The location of logistics activities in Northwest Europe: an empirical analysis. URL: https://www.ssoar.info/ssoar/bitstream/handle/document/45714/ssoar-europareg-2015-4-strale-The_location_of_logistics_activities.pdf?sequence.

ПРОБЛЕМА ВІДТОКУ ТРУДОВИХ РЕСУРСІВ З УКРАЇНИ

УДК 331.101.262.556(477)

Білокопитова А. В.

Студент 3 курсу
факультету економіки і права ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. Розглянуто процес відтоку трудових ресурсів з України на сучасному етапі. Визначено причини міграції економічно активного населення. Запропоновано заходи щодо ефективного розв'язання проблеми відтоку трудових ресурсів з України.

Ключові слова: економіка, зайнятість, право на працю, безробіття, трудові ресурси, економічно активне населення, глобалізація, працевлаштування, ринок праці, міграція.

Аннотация. Рассмотрен процесс оттока трудовых ресурсов из Украины на современном этапе. Определены причины миграции экономически активного населения. Предложены меры для эффективного решения проблемы оттока трудовых ресурсов из Украины.

Ключевые слова: экономика, занятость, право на труд, безработица, трудовые ресурсы, экономически активное население, глобализация, трудоустройство, рынок труда, миграция.

Annotation. The process of labor outflow from Ukraine at the present stage is considered. The causes of migration of the economically active population are determined. Proposed measures to effectively address the problem of outflow of labor resources from Ukraine.

Keywords: economy, employment, right to work, unemployment, labor resources, economically active population, globalization, employment, labor market, migration.

За сучасних умов світової глобалізації економіки зростає рух трудових ресурсів, що разом із спричиненими різними факторами міграціями формують глобальний ринок праці. Форми міграції багато в чому відображають динаміку економічної глобалізації. Ринок праці вимагає мобільності робочої сили для вдосконалення економіки. Бачимо на прикладі України, що для виведення економіки на новий рівень необхідно вдосконалювати виробництво. Сучасний ринок праці переповнений вакансіями для фрезерувальників, токарів, слюсарів, а економісти, юристи нині в надлишку, тому змушені шукати роботу за кордоном.

Метою написання статті є дослідження проблеми відтоку трудових ресурсів з України.

Питанням міграції населення, у тому числі трудової, у науковій літературі приділено чимало уваги. Дослідженням факторів і умов формування ринку праці займалися і займаються Слезінгер Г., Рой О., Сосновська Л.,

Циганкова В., Антосенков Е., Бушуєва Г., Токарська Н., Лібанова Е., Грішнова О., Назарова Г., Касьмін Д., Іванісов О. та ін.

Сучасний етап розвитку суспільства характеризується стрімким поширенням процесів глобалізації та трансформації у соціально-економічній сфері, найчутливішим сегментом якої є ринок праці [1]. Міграційні процеси є певним індикатором функціонування ринку праці, адже вони відображають мобільність працівників на ринку праці, як зовнішньому, так і внутрішньому. Трудову міграцію як явище слід досліджувати через трудові ресурси – економічно активне працездатне населення, частину населення, що наділена фізичними й духовними здібностями для участі у трудовій діяльності [2].

На сучасному вітчизняному ринку праці існує подвійна ситуація. З одного боку, маємо досить високий рівень безробіття. За даними Державної служби статистики України за методологією МОП, на початку 2017 р. рівень безробіття становив 10 % від економічно активного населення України [3]. До цього показника залучають і вимушену неповну зайнятість. У наступному кварталі 2017 р. Державна служба статистики України оприлюднила дані про майже 3 % співробітників, яких перевели на неповний робочий тиждень із міркувань економії або відправлених у відпустки за свій рахунок через зупинку виробництва [4].

З іншого боку, у багатьох регіонах країни зростає дефіцит працівників окремих спеціальностей. Служба зайнятості інформує, що останнім часом кількість вакансій у сільському господарстві, переробній промисловості, будівництві, торгівлі зросла на 40–60 %, а найбільш дефіцитною є професія водія автомобільного транспорту [5].

Основним фактором зростаючого дефіциту співробітників вважають відтік трудових ресурсів. При цьому якщо раніше найбільше людей виїжджали до РФ, то за минулі чотири роки потік робітників з України до Росії значно ослаб, водночас стрімко зросла міграція до країн Європейського Союзу.

Згідно із дослідженням, проведеним у межах проекту Міжнародної організації з міграції у 2016–2017 рр., для здійснення трудової діяльності нині за кордоном перебувають приблизно 700 тисяч громадян України; приблизно 300 тисяч осіб є потенційними зовнішніми мігрантами (рис. 1) [6].

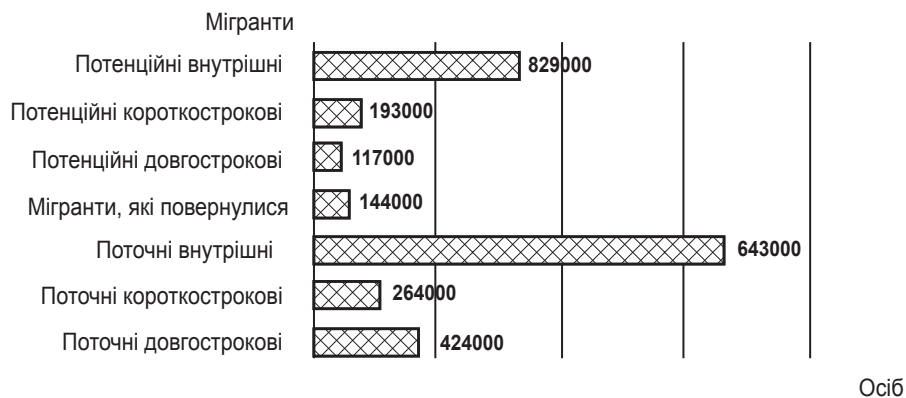


Рис. 1. Оцінка стану української трудової міграції, 2016–2017 рр.

Згідно із даними Міжнародної організації з міграції причинами міграції економічно активного населення у 2016–2017 рр. є передусім те, що рівень мінімальної заробітної плати в Україні істотно відрізняється від рівня заробітної плати у європейських країнах.

За даними Євростату високим є рівень мінімальної заробітної плати в Люксембурзі, Ірландії, Нідерландах, Бельгії, її розмір варіюється у межах від 1500 до 2000 євро. Середнім є рівень мінімальної заробітної плати в Іспанії, Словенії, Греції та Португалії, він становить 650–900 євро на місяць. Низьким є рівень заробітної плати (від 200 до 500 євро на місяць) в Україні (215), Румунії, Польщі та Естонії. Однак, різниця мінімальної заробітної плати в Україні та Польщі перевищує 200 євро, тому найбільше мігрантів з України саме в Польщі [7].

Падіння рівня життя та зростання безробіття теж потоку трудових мігрантів. Згідно із Звітом про людський розвиток ООН рівень життя в Україні оцінюється як високий; країна утримується в першій сотні рейтингу ІЛР за рахунок складової освіти, тоді як за показниками доходу на душу населення й очікуваної тривалості життя перебуває у другій сотні найгірших держав [8].

Парадоксальною є ситуація щодо дефіциту робочих місць, оскільки у 2017 р. порівняно з 2016 р. кількість вакансій в Україні зросла на 11 %.

Однак, в основному попит зростає на такі професії, як токарь, слюсар, фрезерувальник, наладчик та ін. [9]. За даними центрів зайнятості, найдовші черги на працевлаштування за спеціальностями юриста та економіста, тому люди змушені шукати роботу за кордоном;

Не останнім фактором є деградація системи освіти та медицини. Українські вищі навчальні заклади готують фахівців лише з теоретичними знаннями, не даючи при цьому практичних, що згодом негативно впливає на працевлаштування молодого фахівця, а оплата цих послуг лягає на населення.

Наразі в країні відсутня розвинена система кредитування тих, хто хоче започаткувати свій бізнес і потребує стартового капіталу; відсутня підтримка у розвитку бізнесу боку держави. До того ж перехід до ринкової економіки створив новий споживчий попит на такі товари високої вартості, як житло, автомобілі, побутову техніку та ін.

В Європі нині створюються спеціальні програми для залучення людей, які розвиватимуть економіку країни: надаються стартап-візи, підприємницькі або інвестиційні візи та ін.

Вважаємо, що розв'язанню проблеми відтоку трудових ресурсів з України сприятимуть:

- стимулювання народжуваності допоможе пом'якшити проблему, але не зможе її вирішити уповні, оскільки існує ймовірність формування нових трудових ресурсів і людського капіталу для європейських та інших країн як із розвинутою економікою, так із економікою, що розвивається;

- підвищення заробітні плати: усі професії можуть бути корисними й перспективними, тож рівень оплати має бути відповідним; скорочення розриву між рівнем українських і зарубіжних заробітних плат сприятиме скороченню кількості трудових емігрантів;

- удосконалення системи освіти та підвищення рівня життя, забезпечення робочими місцями випускників закладів вищої освіти, що сприятиме зниженню рівня безробіття серед молоді;

- розвиток наукової сфери, запровадження грантів дасть змогу підвищити ефективність наукових досліджень, спрямувати фінансові потоки на нові винаходи, які мають стати конкурентоспроможними на ринку;

- підвищення ефективності роботи центрів зайнятості;

- створення мотиваційних програм задля повернення трудових мігрантів в Україну, що сприятиме істотному підвищенню рівня економіки країни, адже прийдуть люди, які набули за кордоном цінного досвіду [10].

Таким чином, ці заходи допоможуть впоратися з проблемою відтоку трудових ресурсів з України. Із часом наша країна тільки виграє від упровадження таких заходів, зросте обсяг валового внутрішнього продукту, робота стане престижною, дасть змогу інтегруватися до міжнародного ринку праці; знизиться рівень безробіття, особливо серед молоді, що допоможе підвищити рівень життя населення. Проблема еміграції виникла давно і донині ніхто її не подолав. Вирішити цю проблему повністю навряд чи вдасться, але слід прагнути зменшити негативні наслідки цього явища.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Касьмін Д. С.

Література: 1. Назарова Г. В., Касьмін Д. С. Особливості функціонування ринку праці молоді в інституціональному середовищі. *Бізнес Інформ*. 2016. № 3. С. 131–137. 2. Райзберг Б. А., Лозовский Л. Ш., Стародубцева Е. Б. Современный экономический словарь. М. : Инфра-М., 2011. 510 с. 3. Статистична інформація // Офіційний сайт Державної служби статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>. 4. Ринок праці // Офіційний сайт Державної служби статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>. 5. Про збереження та розвиток трудового потенціалу України : Інформаційно-довідкові матеріали Міністерства соціальної політики України. URL: www.ntser.gov.ua. 6. Міграція в Україні: факти і цифри. URL: <http://iom.org.ua/ua/migraciya-v-ukrayini-fakty-i-cyfy>. 7. Minimum wages. URL: https://en.wikipedia.org/wiki/Minimum_wage. 8. Рибак Г. І. Підвищення якості життя населення як фактор національної безпеки. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=5054>. 9. Державна служба зайнятості. URL: <https://www.dcz.gov.ua>. 9. Філон М. М., Іванчо Є. А. Еміграція в Україні, проблеми і шляхи подолання. *Інтернаука*. 2017. № 3. С. 163–166.

ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ФОРМУВАННЯ Й РОЗВИТКУ ТРУДОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ УКРАЇНИ

УДК 331:005.336(477)

Білокопитова А. В.

Студент 3 курсу
факультету економіки і права ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. На підставі аналізу оцінено стан сучасного вітчизняного трудового потенціалу. Розглянуто проблеми формування та розвитку трудового потенціалу в Україні. Запропоновано шляхи ефективного розв'язання наявних проблем.

Ключові слова: зайнятість, право на працю, безробіття, трудові ресурси, економічно активне населення, потенціал, трудовий потенціал, людський капітал, трудові ресурси, ринок праці, управління трудовим потенціалом.

Аннотация. На основании анализа оценено состояние современного отечественного трудового потенциала. Рассмотрены проблемы формирования и развития трудового потенциала в Украине. Предложены пути эффективного решения имеющихся проблем.

Ключевые слова: занятость, право на труд, безработица, трудовые ресурсы, экономически активное население, потенциал, трудовой потенциал, человеческий капитал, трудовые ресурсы, рынок труда, управление трудовым потенциалом.

Annotation. Based on the analysis the state of modern domestic labor potential is estimated. The problems of formation and development of labor potential in Ukraine are considered. Proposed ways to effectively solve existing problems.

Keywords: employment, right to work, unemployment, labor resources, economically active population, potential, labor potential, human capital, labor resources, labor market, labor potential management.

Нині трудовий потенціал є рушійною силою розвитку соціально-економічних і трудових відносин не тільки в Україні, а й у всьому світі. На сучасному етапі розвитку наша держава може лише підтримувати рівень трудового потенціалу, оскільки українські соціально-економічні умови є несприятливими для його розвитку. Для створення конкурентоспроможної національної економіки необхідно покращувати стан трудового потенціалу населення, що на сьогодні є надзвичайно актуальним.

Метою написання статті є розв'язання проблем формування й розвитку трудового потенціалу в Україні за допомогою поліпшення його стану.

Вагомий внесок у розгляд питання розв'язання проблем розвитку трудового потенціалу зробили Кельдер Т. Л., Іванісов О. В., Назарова Г. В., Глуценко В. В., Мостовий Г. І., Шахно А. Ю., Зінкевич Н. І., Шило К. М., Колос Ю. Ю. та ін.

Трудовий потенціал є широким поняттям, що характеризує можливу кількість і якість праці; є сукупністю якостей, що визначають працездатність людей, у тому числі їх фізичний, психологічний і моральний потенціал, обсяг загальних і специфічних знань і якостей [1].

Функціонування трудового потенціалу відбувається на певних етапах його відтворювального циклу: формування, розподілу, використання, розвитку, які є взаємопов'язаними та взаємообумовленими. Розвиток трудового потенціалу є ознакою кожного етапу відтворювального циклу й виявляється через удосконалення кількісно-якісних характеристик трудового потенціалу. Межею стадії формування трудового потенціалу є факт продажу робочої сили, початок підприємницької діяльності – реалізація трудового потенціалу. Ефективність реалізації трудового потенціалу зумовлює рівень майбутньої продуктивної зайнятості, визначає матеріальні, соціальні, професійні можливості, ступінь задоволення фізичних, духовних та емоційних потреб. Етап використання трудового потенціалу є логічним продовженням факту реалізації та характеризується застосуванням знань, набутого досвіду, професіоналізму в праці, певним рівнем продуктивності праці [1; 2].

Розглянемо динаміку змін на ринку праці та порівняємо дані за 2010 р. і 2017 р. [3]. У 2010 р. кількість економічно активного населення становила 20 894,1 тис. осіб, а у 2017 р. – 17 854,4 тис. осіб, що на 3039,7 тис. осіб менше. Із них у 2010 р. кількість зайнятого населення становила 19 180,2 тис. осіб, а у 2017 р. вона зменшилася на 3023,8 тис.

осіб і становила 16 156,4 тис. осіб. Кількість безробітних у 2010 р. – 1 713,9 тис. осіб, у 2017 р. кількість безробітних зменшилася на 15,9 тис. осіб і становила 1698,0 тис. осіб. Економічно неактивного населення в 2010 р. було зареєстровано 11 945,0 тис. осіб, у 2017 р. його кількість зменшилася на 1000 тис. осіб і становила 10 945 тис. осіб [3].

Бачимо, що кількість безробітних і економічно неактивного населення зменшилася, але одночасно зменшилася і кількість зайнятих. Це свідчить про збільшення відтоку трудових ресурсів, тобто міграції, що негативно позначається на формуванні й розвитку трудового потенціалу країни [3].

Згідно із дослідженням, проведеним у межах проекту Міжнародної організації з міграції у 2014–2015 рр., для здійснення трудової діяльності нині за кордоном перебувають приблизно 700 тис. громадян України; приблизно 300 тис. осіб є потенційними зовнішніми мігрантами [4].

Оцінка стану трудового потенціалу України є неоднозначною. З одного боку, відбувається поліпшення певних якісних його характеристик: збільшується частка населення з вищою освітою, зростає комп'ютерна грамотність населення, формується вміння працювати в ринковому середовищі, зростає підприємницька активність [4].

Водночас існують проблеми, які уповільнюють формування й розвиток трудового потенціалу, основними серед них є:

- низький рівень та якість життя населення;
- низький рівень орієнтації вітчизняних підприємців на розвиток персоналу своїх підприємств;
- демографічна криза, зокрема критично низький рівень народжуваності та високий рівень передчасної смертності населення;
- невідповідність якості робочої сили потребам сучасного ринку праці;
- занижена ціна робочої сили, що сформувала низький рівень доходів населення;
- диспропорції у розмірах заробітної плати, чим зумовлено надмірну диференціацію доходів працюючого населення та зниження мотивації до високопродуктивної праці;
- трудова міграція кваліфікованої робочої сили за кордон;
- порушення трудових прав працівників, недоліки у системі охорони праці;
- наявність нерегламентованої зайнятості населення;
- недостатній рівень соціального діалогу [2].

Вважаємо, що розв'язанню проблеми формування й розвитку трудового потенціалу сприятимуть:

- поліпшення демографічних характеристик трудового потенціалу, зниження рівня смертності та збільшення тривалості життя населення, зниження ризику нещасних випадків на виробництві;
- нарощування освітньо-кваліфікаційного потенціалу, створення умов для безперервної освіти, здобуття знань і підвищення кваліфікації протягом трудової діяльності;
- підвищення якості підготовки кадрів вищими та професійно-технічними навчальними закладами;
- зменшення впливу трудової міграції працездатного населення за кордон на розвиток трудового потенціалу, сприяння поверненню в Україну довгострокових працівників-мігрантів;
- удосконалення системи оплати й нормування праці;
- стабілізація зайнятості населення за умов фінансової кризи;
- підвищення економічної активності населення, посилення мотивації населення до укладення трудових договорів, сприяння продуктивній зайнятості населення з орієнтацією на інноваційну модель розвитку виробництва;
- підтримка підприємницької ініціативи громадян і розвитку малого та середнього підприємництва, самостійної зайнятості населення;
- упровадження міжнародних стандартів щодо умов та охорони праці на виробництві;
- проведення моніторингу розвитку трудового потенціалу на коротко-, середньо- та довгострокову перспективу;
- удосконалення трудового законодавства;
- підвищення ролі соціального діалогу у формуванні державної політики та забезпечення реалізації принципів рівноправності його учасників;
- створення нових робочих місць;
- залучення зовнішніх і внутрішніх інвесторів задля прискорення розв'язання проблем, що є пов'язаними з трудовим потенціалом [5; 6].

Таким чином, ці заходи допоможуть розв'язати проблему формування та розвитку трудового потенціалу населення України. Важливо сприяти цьому на державному рівні, оскільки трудовий потенціал є рушійною силою

розвитку не лише держави, а й суспільства в цілому. Якщо розпочати запровадження цих заходів найближчим часом, то через кілька років Україна зможе вийти на новий рівень соціально-економічного розвитку.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Лебединська О. С.

Література: 1. Трудовий потенціал країни: склад, структура, показники розвитку. URL: https://pidruchniki.com/1719051241798/ekonomika/trudoviy_potentsial_sklad_struktura_pokazniki_rozvitku. 2. Паніна Н. Українське суспільство 1994–2004: соціологічний моніторинг / за ред. Н. Паніної. Київ : Заповіт, 2004. 64 с. 3. Демографічна та соціальна статистика // Офіційний сайт Державної служби статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>. 4. Міграція в Україні: факти і цифри. URL: <http://iom.org.ua/ua/migraciya-v-ukrayini-fakty-i-cyfyry>. 5. Про схвалення Концепції Загальнодержавної цільової соціальної програми збереження і розвитку трудового потенціалу України на період до 2017 р. : Розпорядження Кабінету Міністрів України від 22.07.2009 № 851-р // База даних «Законодавство України» / Верховна Рада України. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/851-2009-%D1%80>. 6. Про збереження та розвиток трудового потенціалу України : Інформаційно-довідкові матеріали Міністерства соціальної політики України. URL: www.ntser.gov.ua.

ЛОГІСТИЧНИЙ АУТСОРСИНГ ЯК ІНСТРУМЕНТ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ СУЧАСНОГО БІЗНЕСУ

УДК 658.8

Блохівець Н. Ю.

Магістрант 2 року навчання
факультету менеджменту і маркетингу ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. Розглянуто основні групи логістичного аутсорсингу, застосовувані в сучасному бізнес-середовищі. Визначено основні переваги застосування аутсорсингу. Проаналізовано ризики, які можуть виникнути за застосування аутсорсингу логістичних функцій.

Ключові слова: підприємство, організація, логістика, транспортно-експедиційні послуги, логістичні процеси, логістичні послуги, аутсорсинг.

Аннотация. Рассмотрены основные группы логистического аутсорсинга, применяемые в современной бизнес-среде. Определены основные преимущества применения аутсорсинга. Проанализированы риски, которые могут возникнуть при применении аутсорсинга логистических функций.

Ключевые слова: предприятие, организация, логистика, транспортно-экспедиционные услуги, логистические процессы, логистические услуги, аутсорсинг.

Annotation. The main groups of logistics outsourcing used in modern business environment are considered. The main advantages of outsourcing are identified. Analyzed the risks that may arise when applying outsourcing logistics functions.

Keywords: enterprise, organization, logistics, freight forwarding services, logistics processes, logistics services, outsourcing.

Функціонування сучасних підприємств зумовлене економічним розвитком і конкуренцією, із чим пов'язано застосування нових інструментів управління в логістичній діяльності, одним із яких є аутсорсинг. Передача певних функцій або видів діяльності підприємства, тобто того, що не є профільним для нього, сприятиме економії грошових коштів та оптимізації діяльності. Застосування логістичного підходу, що полягає в інтеграції окремої ланки ланцюга в єдину систему наскрізного управління матеріальними й інформаційними потоками задля досягнення бажаного результату з мінімальними витратами часу й ресурсів спонукає шукати шляхи оптимізації управління



бізнес-процесами підприємства. Одним з основних напрямків стратегії розвитку підприємства стає концентрація на пріоритетних видах бізнесу й операціях. Це сприяє раціональному розподілу ресурсів підприємства на ті види бізнесу, які є конкурентоспроможними чи мають певні переваги. При цьому передача логістичних функцій на аутсорсинг для вітчизняних підприємств є інноваційною технологією, що потребує ретельного вивчення світового досвіду й пошуку шляхів упровадження із урахуванням специфіки розвитку вітчизняного ринку логістичних провайдерів.

Еволюція розвитку аутсорсингу свідчить про необхідність дослідження методичних підходів до оцінки ефективності рішень щодо аутсорсингу в логістиці. Цю проблему розглядають Бравар Ж.-Л., Хейвуд Д., Календжян С., Анікін Б., Михайлов Д., Філіна Ф., Чухрай Н. та ін. Однак, аналіз показав, що в їх працях недостатньо уваги приділено економічній обґрунтованості застосування аутсорсингу задля підвищення ефективності функціонування підприємств та їх конкурентоспроможності.

Метою написання статті є визначення й узагальнення теоретичних засад логістичного аутсорсингу як стратегії, аналіз доцільності й основних мотивів передачі логістичних функцій на аутсорсинг із урахуванням специфіки розвитку національного ринку, а також визначення найдоцільнішої стратегії під час проектування логістичного сервісу для вітчизняних компаній.

У сучасному світі успіху досягають лише ті компанії, які ведуть бізнес у найефективніший спосіб. На відміну від розвитку власної логістики, застосування аутсорсингових схем передбачає якісний, але стандартизований сервіс. У стратегічному плані застосування аутсорсингу дозволяє компанії сконцентруватися на профільному бізнесі без відволікання ресурсів на логістику.

Розрізняють п'ять груп логістичних послуг, які є затребуваними на вітчизняному ринку аутсорсингу:

- транспортно-експедиційні послуги;
- послуги з митного оформлення, послуги складування;
- координація процесу закупівель;
- упаковка / перепакування товарів, складування;
- комплексні послуги (комплексний аутсорсинг) [6].

При наданні комплексної послуги роль компанії-підрядника відіграє єдиний логістичний оператор. Така комплексна послуга затребувана компаніями, алгоритм постачань яких є досить складним і має кілька проміжних етапів. Тобто аутсорсинг як логістичний інструмент є методом оптимізації діяльності організації завдяки зосередженню ресурсів на основному предметі й передачі непрофільних функцій і корпоративних ролей зовнішнім спеціалізованим компаніям. Найчастіше аутсорсинг має місце, коли організація передає право володіння бізнес-процесом зовнішньому виконавцю. Механізм дії аутсорсингу відрізняється від звичайної розподільної логістики тим, що замовник формулює завдання для постачальника послуг, не конкретизуючи спосіб їх розв'язання. Тому вибір раціонального способу дій цілком і повністю лежить на виконавці, як і відповідальність за досягнення необхідного результату.

Розрізняють три види аутсорсингу:

- функціональний – передача непрофільних функцій управління й корпоративних ролей зовнішнім спеціалізованим компаніям;
- операційний – передача функцій виробництва;
- ресурсний – відмова від власних ресурсів і придбання їх на стороні [5].

У сфері інформаційних технологій аутсорсинг набув поширення на хвилі масової корпоративної практики впровадження спеціалізованих систем обробки, передачі й захисту інформації для різних бізнес-структур. Під впливом глобалізації економіки існуючі на той час та успішні у сфері інформаційного аутсорсингу фірми, такі як «Electronic Data Systems», «Compaq Global Services», «Computer Sciences Corporation», «Hewlett-Packard», продовжують підсилювати тенденцію впровадження аутсорсингу до практики транснаціональних корпорацій. Необхідність зниження витрат і оптимізації витрат у сфері інформатики, консалтингу й захисту даних є основною стратегією організацій і бізнесменів за сучасних умов глобальної конкуренції, що мотивує до активного застосування аутсорсингу як ефективного логістичного інструмента.

Згідно із дослідженнями Інституту аутсорсингу завдяки застосуванню аутсорсингу можна забезпечити:

- зниження та контроль операційних витрат;
- концентрацію на базовій діяльності фірми;
- отримання доступу до виробничої потужності найвищої якості;
- вивільнення власних засобів для інших цілей;
- отримання для використання нових засобів;
- прискорення отримання ефекту реструктуризації;

- опанування невластивої функції;
- пошук капіталу;
- солідаризацію ризику;
- покращення фінансового стану [7].

При вирішенні питання про те, які логістичні функції довірити логістичному посереднику, слід орієнтуватися на можливості компанії щодо організації власної логістики, корпоративну стратегію щодо подальшого розвитку бізнесу (концентрація або диверсифікація), частоту і складність поставок.

Перевагам логістичного аутсорсингу є:

– *економічні*:

- зниження затрат (витрат) за рахунок скорочення чисельності персоналу (адміністративного, технічного, обслуговуючого);
- зниження трансакційних витрат;
- зниження операційних витрат за рахунок економії, обумовленої ефектом масштабу й централізацією;
- підвищення ефективності основних бізнес-процесів, оскільки компанія одержує можливість перетворити свої постійні витрати на змінні;
- ефект розподілу ризиків;

– *управлінські; можливості для*:

- зосередження основних ресурсів та уваги на основній діяльності, цілях компанії й на задоволення потреб клієнтів;
- вивільнення ресурсів для основного бізнесу й інших цілей, вивільнення резервного фонду основного капіталу;
- поліпшення управління й контролю операційного управління;
- зміцнення потенціалу зростання й усунення певних обмежень;
- усунення окремих проблем із персоналом: із відпустками, відсутністю через хворобу, небезпекою раптового звільнення ключових співробітників;

– *техніко-технологічні; можливості для*:

- доступу до технологій і рішень вищого рівня;
- використання спеціалізованих функцій, для виконання яких у організації немає фахівців або ресурсів;
- підвищення якості та надійності обслуговування [6].

Таким чином, аутсорсинг у логістиці є однією з найсучасніших бізнес-моделей, що дає змогу досягти реальних конкурентних переваг. Його застосування має свої переваги та є пов'язаним із певними труднощами під час упровадження за урахування специфіки розвитку національного бізнесу. Основними мотивами передачі логістичних функцій на аутсорсинг є прагнення зробити бізнес керованішим, одразу знизити витрати. Але важливо враховувати, що логістичний аутсорсинг має також і недоліки, тобто ризики застосування, серед них ймовірність зростання витрат у випадку передачі на аутсорсинг занадто багатьох функцій і процесів; витрати на утримання зовнішньої інфраструктури взаємодії з постачальниками аутсорсингових послуг; ймовірність банкрутства аутсорсингової компанії; загроза відриву керівної ланки від бізнес-практики; навчання чужих фахівців, а не своїх; небезпека зайвої концентрації подібних технологічних бізнес-процесів у одних руках, а також відсутність законодавчого визначення й регулювання аутсорсингу.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Письмак В. О.

Література: 1. Аникин Б. А., Рудая И. Л. Аутсорсинг и аутстаффинг: высокие технологии менеджмента : учебное пособие. М. : Инфра-М, 2003. 288 с. 2. Бравар Ж.-Л., Морган Р. Эффективный аутсорсинг: понимание, планирование и использование успешных аутсорсинговых отношений / пер. с англ. В. А. Денисова. Днепропетровск : Баланс Бизнес Букс, 2007. 252 с. 3. Календжян С. О. Аутсорсинг и делегирование полномочий в деятельности компании : монография. М. : Дело, 2003. 274 с. 4. Михайлов Д. М. Аутсорсинг. Новая система организации бизнеса : учебное пособие. М. : Кнорус, 2006. 256 с. 5. Филина Ф. Н. Аутсорсинг бизнес-процессов. Проблемы и решения : учебное пособие. М. : ГроссМедиа Ферлаг, 2008. 208 с. 6. Чухрай Н. И. Логістичне обслуговування : підручник. Львів : Львівська політехніка, 2002. 292 с. 7. Хейвуд Д. Б. Аутсорсинг: в поисках конкурентных преимуществ / пер. с англ. М. : Вильямс, 2004. 176 с.

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ АУТСОРСИНГУ ЛОГІСТИЧНИХ БІЗНЕС-ФУНКЦІЙ ПІДПРИЄМСТВ

УДК 656.1

Блохівець Н. Ю.

Магістрант 2 року навчання
факультету менеджменту і маркетингу ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. Розглянуто теоретичні засади аутсорсингу логістичних бізнес-функцій підприємств. На підставі аналізу та систематизації точок зору різних авторів сформовано узагальнене визначення поняття аутсорсингу. Конкретизовано переваги й недоліки застосування аутсорсингу в логістичній діяльності підприємств.

Ключові слова: підприємство, організація, логістика, логістичні процеси, логістичні послуги, транспортування, транспортно-експедиторські послуги, складування, управління замовленнями, управління запасами, бізнес-функції, аутсорсинг.

Аннотация. Рассмотрены теоретические основы аутсорсинга логистических бизнес-функций предприятий. На основании анализа и систематизации точек зрения разных авторов сформировано обобщенное определение понятия аутсорсинга. Конкретизированы преимущества и недостатки применения аутсорсинга в логистической деятельности предприятий.

Ключевые слова: предприятие, организация, логистика, логистические процессы, логистические услуги, транспортировка, транспортно-экспедиционные услуги, складирование, управление заказами, управление запасами, бизнес-функции, аутсорсинг.

Annotation. The theoretical foundations of outsourcing logistics business functions of enterprises are considered. Based on the analysis and systematization of points of view of various authors, a generalized definition of the concept of outsourcing is formed. The advantages and disadvantages of the use of outsourcing in the logistics activities of enterprises are specified.

Keywords: enterprise, organization, logistics, logistics processes, logistics services, transportation, forwarding services, warehousing, order management, inventory management, business functions, outsourcing.

Глобалізація світової економіки, розвиток вітчизняної економіки та розширення міжнародного співробітництва впливають на застосування аутсорсингу у діяльності вітчизняних підприємств. У зв'язку із цим важливо розвивати спеціалізацію підприємств, які надають транспортні, експедиторські, митні, складські, закупівельні, посередницькі, специфічні виробничі та збутові послуги. Передача певних функцій або видів діяльності підприємства, тобто того, що не є профільним для нього, сприятиме економії грошових коштів та оптимізації діяльності.

Питання вирішення завдань аутсорсингу логістичних бізнес-функцій підприємств досліджують у своїх працях вітчизняні та зарубіжні науковці, серед них Кристофер М., Окландер М., Хейвуд Д., Календжян С., Анікін Б., Михайлов Д., Філіна Ф., Крикавський Є., Чухрай Н., Кузнецов В., Карпова Н., Кородюк І., Прокоф'єва Т., Сергеев В. та ін. Зважаючи на специфіку вітчизняного ринку логістичних послуг, можна стверджувати, що існує необхідність досліджень щодо підвищення ефективності логістичної діяльності на підприємствах, вивчення можливостей передачі на аутсорсинг логістичних бізнес-функцій підприємств, зокрема транспортних і складських.

Метою написання статті є визначення сутності поняття аутсорсингу, а також дослідження теоретичних засад аутсорсингу логістичних бізнес-функцій підприємств та їх сутності.

В економічній літературі виділяють як основні такі бізнес-функції підприємств: виробничо-технологічні, економічні, соціальні та зовнішньоекономічні [1].

Виробничо-технологічні функції підприємства є пов'язаними із забезпеченням процесу виробництва необхідними засобами та їх використанням, упровадженням новітніх технологій, раціоналізацією виробничих процесів і винахідництвом. Економічні функції підприємства є спрямованими на управління процесами виробництва та збуту товарів, укладання контрактів, наймання працівників і раціональну організацію їх праці, розподіл доходів (заробітної плати та прибутку), розрахунок економічної ефективності, ціноутворення, вивчення ринку. Соціальними є такі функції підприємства: поліпшення умов праці та відпочинку співробітників, створення сприятливого психологічного клімату в колективі, надання допомоги та підтримки працівникам і членам їх сімей, благодійна діяльність. Крім функцій, які виконують підприємства у межах національної економіки, існують зовнішньоекономічні

функції. Підприємства беруть участь у міжнародному обміні товарів, спільному із зарубіжними партнерами виробництві, будівництві, науково-технічному та практичному співробітництві.

Логістичні функції – це укрупнена сукупність логістичних операцій, що є спрямованою на реалізацію певного завдання логістичної системи: транспортування, складування, управління замовленнями, управління запасами та ін. Логістичні процеси відбуваються у межах логістичних функцій.

Визначення сутності поняття аутсорсингу різними авторами подано в табл. 1 [1–6].

Таблиця 1

Визначення сутності поняття аутсорсингу різними авторами

Автор	Визначення
Крикавський Є. В. [1]	Перенесення частини виробничих або логістичних процесів на інші підприємства: купівля готових комплектуючих, деталей, вузлів для складання виробів або використання послуг, що надають транспортні чи складські підприємства
Чухрай Н. І. [2]	Передача підприємством частини його завдань або процесів стороннім виконавцям на умовах субпідряду
Кузнецов В. М. [3]	Виконання робіт працівниками зовнішньої компанії, які є експертами у цьому виді робіт
Карпова Н. П. [4]	Укладання договору між двома підприємствами на передачу деяких функцій, завдань, бізнес-процесів. Підприємство, що бере на себе функції, має бути професійним спеціалістом у цій сфері
Кородюк І. С., Прокоф'єва Т. А., Сергеев В. І. [5]	Виконання сторонньою компанією певних завдань або деяких бізнес-процесів, що не є профільними для підприємства, але тим не менш є необхідними для повноцінного його функціонування, як спосіб оптимізації діяльності підприємства за рахунок зосередження зусиль на основному предметі діяльності та передачі непрофільних функцій і корпоративних ролей зовнішнім спеціалізованим компаніям
Анікін Б. А. [6]	Передача підприємством на підставі угоди певних видів чи функцій підприємницької діяльності іншому підприємству, яке діє у цій галузі
Авторське визначення	Передача підприємством-замовником певних процесів чи функцій своєї підприємницької діяльності іншому спеціалізованому підприємству задля оптимізації діяльності підприємства-замовника, що є юридично оформленим

Дослідження показало, що не існує єдиного визначення цього поняття, але визначення різних авторів не суперечать одне одному.

Великої популярності набуває застосування аутсорсингу в логістиці. Аутсорсинг є інструментом управління підприємством, спрямованим на підвищення ефективності та конкурентоспроможності діяльності, що передбачає укладання контракту між замовником і постачальником (аутсорсером) на виконання останнім як основних, так і другорядних бізнес-функцій замовника за певну плату, що зумовлює реорганізацію й оптимізацію підприємницької діяльності та за необхідності залучення тимчасового персоналу.

Ефективність аутсорсингу підтверджує той факт, що нині він розвивається швидкими темпами в усьому світі. Виділяють такі основні види аутсорсингу: ІТ-аутсорсинг, виробничий аутсорсинг, аутсорсинг бізнес-процесів та аутсорсинг персоналу (аутстафінг) [3; 4].

Аутсорсинг передбачає передачу зовнішнім підприємствам на підставі контракту функцій, які раніше виконувалися власними силами. Передача функцій спричиняє зміни в матеріальних і людських ресурсах, перерозподіляється також право прийняття рішень. Крім питань, які можуть бути зазначені в контракті, провайдер самостійно вибирає технології та ресурси, за допомогою яких виконуватиме свої функції [4].

Аутсорсинг передбачає наймання сторонніх співробітників або компаній, які надають послуги із забезпечення виконання цих додаткових процесів. На сьогодні зрозуміло, що успіх бізнесу безпосередньо залежить від якості взаємодії всіх підрозділів підприємства та кваліфікації фахівців. Розрізняють підприємства, які користуються аутсорсингом і вважають його застосування найраціональнішим вирішенням безлічі проблем, пов'язаних із логістикою, і підприємства, які витрачають чималі кошти на створення та підготовку штату персоналу, який відповідатиме за здійснення та контроль логістичних процесів.

Перевагами застосування аутсорсингу в логістичній діяльності є:

- зосередження уваги на основних процесах завдяки передачі другорядних професіоналам;
- мінімізація витрат на транспортну та складську діяльність, часткове або повне скорочення інвестиційних витрат;
- підвищення кваліфікації власного персоналу підприємства при здійсненні логістичних операцій;
- скорочення ризиків, що є пов'язаними з реалізацією логістичних процесів завдяки передачі цієї форми діяльності аутсорсеру;
- покращення операційного контролю;

– покращення якості надаваних послуг, оскільки залучені фахівці постійно розвиваються і застосовують новітні технології [1].

Однак, існують і негативні сторони застосування аутсорсингу в логістичній діяльності:

- ймовірність збільшення витрат, якщо підприємство передасть занадто багато процесів на аутсорсинг;
- ймовірність втрати контролю над виконанням переданих процесів, що, у свою чергу, знижує управлінську гнучкість;
- відсутність чіткої законодавчої база аутсорсингу [1].

Чимало підприємств побоюються передавати бізнес-процеси на аутсорсинг через ймовірність витоку інформації. Однак, при грамотному застосуванні аутсорсингу й ретельному виборі компанії, яка візьме на себе зобов'язання щодо здійснення логістичної діяльності, можна істотно скоротити витрати й отримати значні конкурентні переваги.

Таким чином, у ході дослідження теоретичних засад аутсорсингу логістичних бізнес-функцій підприємств та їх сутності уточнено й надано авторське визначення сутності поняття аутсорсингу. Визначено переваги та недоліки застосування аутсорсингу в логістичній діяльності підприємств. Застосування аутсорсингу дозволяє скоротити витрати підприємства завдяки залученню професійних працівників. Предметом подальших досліджень має стати поглиблене вивчення особливостей вітчизняного ринку логістичних послуг.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Письмак В. О.

Література: 1. Крикавський Є. В. Логістика. Основи теорії : підручник. Львів : Інтеллект-Захід, 2004. 416 с. 2. Чухрай Н., Патора Р. Інновації та логістика товарів : монографія. Львів : Львівська політехніка, 2002. 262 с. 3. Кузнецов В. М. Аутсорсинг: новое слово в управлении. ЭКО. 2005. № 6. С. 27–29. 4. Карпова Н. П., Королев В. О. Аутсорсинг и его роль в логистике. Молодой ученый. 2015. № 19. С. 379–381. 5. Кородюк И. С., Прокофьева Т. А., Сергеев В. И. Региональные транспортно-логистические системы: проблемы формирования и развития : монография. Иркутск : БГУЭП, 2003. 328 с. 6. Аникин Б. А. Логистика : учебник / под ред. Б. А. Аникина. М. : Инфра-М, 2002. 368 с.

IMPLEMENTATION OF INNOVATIONS AS A WAY OF INCREASING THE ECONOMIC SAFETY ENTERPRISES

UDC 338.001.36

A. Bludova

Undergraduate 1 year of study
Faculty of Management and Marketing of KhNEU S. Kuznets

Annotation. Actual issues of the active implementation of innovations to ensure the economic security of the enterprise as one of the most important components and conditions of business activity are considered. The directions and methods of increasing the economic security of a business entity are specified.

Keywords: enterprise, organization, finance, business, business processes, business entity, innovation, economic security.



Анотація. Розглянуто актуальні питання активного впровадження інновацій для забезпечення економічної безпеки підприємства як однієї з найважливіших складових та умов життєдіяльності бізнесу. Конкретизовано напрямки й методи підвищення економічної безпеки суб'єкта господарювання.

Ключові слова: підприємство, організація, фінанси, бізнес, бізнес-процеси, суб'єкт господарювання, інновації, економічна безпека.

Аннотация. Рассмотрены актуальные вопросы активного внедрения инноваций для обеспечения экономической безопасности предприятия как одной из важнейших составляющих и условий жизнедеятельности бизнеса. Конкретизированы направления и методы повышения экономической безопасности субъекта хозяйствования.

Ключевые слова: предприятие, организация, финансы, бизнес, бизнес-процессы, субъект хозяйствования, инновации, экономическая безопасность.

Economic security implies maintaining the national economy at the level of development that would ensure further economic growth and is able to counter the impact of threats, both internal and external. Economic security should be viewed as a system of interrelated levels: international, national, regional, sectorial, individual enterprises, individuals.

The financial component assumes the most efficient use of available corporate resources. The human resources component is the preservation of intellectual potential. Technical and technological – the degree to which the world standards of used technologies are in line. Information – analytical support of the enterprise. The ecological component assumes maintenance of ecological norms, minimization of losses from environmental pollution [3].

The methodological basis of the development of innovations today is the basis for ensuring the competitiveness of the enterprise, which in turn ensures its economic security and sustainable development [4]. In the 1930s, the Austrian economist Schumpeter J. A. [1], who founded the theory of innovation, defined innovations as any possible changes resulting from the use of new or improved technological, technical, organizational solutions in production processes, supply processes, product sales, after-sales service and other areas of the enterprise. Innovations can be divided into technological and non-technological. The methodical bases of the competitiveness of the enterprise are reflected in works of many foreign and national authors, in particularly Semenov B. A., Omelchenko Y. M., Vorobiev O. O., Ivanuta T. M., Friedman R. E., Schumpeter J. A., Zhisetin V. B., Firsova O. A. and others.

The aim of the article is to show the technological innovations that are directly related to the growth of production intensity and scientific and technological progress. Non-technological innovations include innovations of organizational, legal, social, managerial, environmental and other nature that reflect the changes in processes serving the main production. Both technological and non-technological innovations lead to lower costs and higher efficiency of the enterprise as a whole, allow creating a higher-quality and competitive goods, contributing to improving the reputation of the enterprise in the market. Economic entities, which are the first to master effective innovations, gain a competitive advantage over other market participants. As a result, their actions lead to an increase in profits, strengthening of competitive positions and an increase in the level of economic security [2–5].

Economic security, in the context of politics and international relations, is the ability of a nation-state to follow its choice of policies to develop the national economy in the manner desired. Historically, conquest of nations have made conquerors rich through plunder, access to new resources and enlarged trade through controlling of the conquered nations' economy. In today's complex system of international trade, characterised by multi-national agreements, mutual inter-dependence and availability of natural resources etc. Economic security today forms, arguably, as important a part of national security as military police [4].

However, any competitive advantage provided by innovation has its own life cycle. Over time, innovations lose their attractiveness and the company needs to develop other innovations that will be able to again ensure its superiority over competitors. In addition, the need for other innovations arises even before the previous ones are worked out. In this regard, it is very important for the organization to forecast the period of validity of competitive advantages and the economic justification for the level of costs of maintaining it [2; 3]. The period of validity of competitive advantages is determined by the degree of their stability relative to the actions of competitors. Competitive advantages with a small degree of stability are available to competitors. Competitive advantages with an average degree of stability allow for a long period of time to keep the leading positions in the market. This is due to the established reputation of the enterprise, the use of patented innovative technologies, the production of unique products [2].

The orientation of enterprises on innovation will allow expanding and strengthening business ties in the business environment. The presence of permanent reliable counterparties will help the company to obtain stable positions in the market, which will serve as a guarantee of its stable operation. An innovative way of development will play a role in raising the level of business reputation of enterprises, which will ensure them greater access to credit resources, as well as a greater likelihood of concluding profitable long-term contracts. This, undoubtedly, will increase the level of economic security of the enterprise [4]. Creation of innovative products, works and services will certainly have a positive impact on



the growth of the financial strength of enterprises by expanding sales markets and strengthening business ties, which will serve as an insurance reserve, the availability of which is an indispensable condition for economic security [1; 3].

Thus, we can conclude that the innovative orientation of domestic enterprises today is a necessary condition for increasing their economic security through the potential emergence of many interconnected positive effects. At the same time, the creation of motivating conditions for generators of ideas capable of attracting investors can give impetus to innovative processes, first of all in industry, under Ukrainian conditions. In other words, the support of talents and the creation of a favorable investment climate are the primary measures aimed at activating innovative processes and, as a result, increasing the economic security of Ukrainian enterprises. To date, the share of domestic enterprises engaged in the development and implementation of innovations does not exceed 10 % of their total number.

Innovation is often also viewed as the application of better solutions that meet new requirements, unarticulated needs, or existing market needs [5]. This is accomplished through more-effective products, processes, services, technologies, or business models that are readily available to markets, governments and society. The term «innovation» can be defined as something original and more effective and, as a consequence, new, that «breaks» into the market or society [2]. It is related to, but not the same as, invention, as innovation is more apt to involve the practical implementation of an invention to make a meaningful impact in the market or society, and not all innovations require an invention. Innovation is often manifested via the engineering process, when the problem being solved is of a technical or scientific nature. The opposite of innovation is exnovation [3; 4].

While a novel device is often described as an innovation, in economics, management science, and other fields of practice and analysis, innovation is generally considered to be the result of a process that brings together various novel ideas in a way that they affect society. In industrial economics, innovations are created and found empirically from services to meet the growing consumer demand [5].

The measure of innovation at the organizational level relates to individuals, team-level assessments, and private companies from the smallest to the largest company. Measure of innovation for organizations can be conducted by surveys, workshops, consultants, or internal benchmarking. There is today no established general way to measure organizational innovation. Corporate measurements are generally structured around balanced scorecards which cover several aspects of innovation such as business measures related to finances, innovation process efficiency, employees' contribution and motivation, as well benefits for customers. Measured values will vary widely between businesses, covering for example new product revenue, spending in R&D, time to market, customer and employee perception & satisfaction, number of patents, additional sales resulting from past innovations [4; 5].

At the moment, the domestic economy can not fully develop without borrowing innovative resources from other countries. In connection with the introduction of sanctions against Ukraine, import of imported products to the Ukrainian market was limited. Thus, this factor should serve as an impetus for innovation and technological development of both the country as a whole and individual enterprises. Ukraine should focus on the introduction of new technologies and the production of science-intensive products. It is necessary to start with small and medium-sized enterprises, since it is at these levels of the economic structure that innovative projects are a tool that provides a qualitative breakthrough in the introduction of new technologies. The state, therefore, should ensure sufficient financing for enterprises to develop and implement innovations and technologies. It is necessary to get rid of obsolete non-competitive productions and create an economic environment adapted to innovations and new technologies. The introduction of new technologies in the production process will increase the economic security of both individual enterprises and the state as a whole.

Supervisor – Candidate of Sciences (Economics), Associate Professor Veretennikova G. B.

Literature: 1. Шумпетер Й. Теория экономического развития. Капитализм, социализм и демократия. М. : Эксмо, 2007. 864 с. 2. Хорев А. И., Горковенко Е. В., Платонова И. В. Кадровая политика как важнейшая составляющая системы экономической безопасности организации. URL: https://publikacia.net/archive/uploads/pages/2014_11_1/49.pdf. 3. Хорев А. И., Горковенко Е. В., Платонова И. В. Управление персоналом организации. *Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук*. 2014. № 11. С. 181–184. 4. Гетманова А. Д. Концепция экономической безопасности организации и инструменты ее оценки. *Экономика и предпринимательство*. 2015. № 4. С. 722–724. 5. Семенищева В. С. Инновации как фактор обеспечения экономической безопасности страны. *Экономика. Инновации. Контроль качества*. 2014. № 4. С. 168–176.



ІНТЕГРАЛЬНЕ ОЦІНЮВАННЯ РІВНЯ ФІНАНСОВОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА ІЗ ЗАСТОСУВАННЯМ ТАКСОНОМІЧНОГО АНАЛІЗУ

УДК 658.15

Богачова К. Є.

Студент 4 курсу
фінансового факультету ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. Удосконалено методичний інструментарій оцінювання рівня фінансової безпеки підприємства із застосуванням методу таксономічного аналізу. Проаналізовано динаміку зміни рівня фінансової безпеки ПП «Архитектон» у 2015–2017 рр. Визначено фактори впливу на рівень фінансової безпеки підприємства.

Ключові слова: підприємство, організація, фінанси, безпека, фінансова стійкість, фінансова безпека, ліквідність, рентабельність.

Аннотация. Усовершенствован методический инструментальный оценки уровня финансовой безопасности предприятия с применением метода таксономического анализа. Проанализирована динамика изменения уровня финансовой безопасности ООО «Архитектон» в 2015–2017 гг. Определены факторы влияния на уровень финансовой безопасности предприятия.

Ключевые слова: предприятие, организация, финансы, безопасность, финансовая устойчивость, финансовая безопасность, ликвидность, рентабельность.

Annotation. Improved methodological tools for assessing the level of financial security of an enterprise using the method of taxonomic analysis. Analyzed the dynamics of changes in the level of financial security, ООО «Architecton» in 2015–2017. The factors influencing the level of financial security of the enterprise.

Keywords: enterprise, organization, finance, security, financial stability, financial security, liquidity, profitability.

За сучасних умов господарювання підприємства функціонують у складному постійно змінюваному середовищі, зазнаючи впливу різних зовнішніх і внутрішніх негативних факторів, у тому числі фінансових ризиків. Цим зумовлено необхідність дослідження напрямів гарантування фінансової безпеки підприємства.

Дослідженням питань гарантування фінансової безпеки підприємства знімались і займаються Бланк І. О., Горячева К. С., Кузенко Т. Б., Ареф'єва О. В., Мартюшева Л. С., Грачов О. В., Литовченко О. Ю. та ін. Однак, незважаючи на наявність численних теоретичних розробок, за умов мінливого економічного середовища виникає необхідність постійного моніторингу фінансового стану підприємства й удосконалення системи оцінки фінансової безпеки з урахуванням специфіки діяльності підприємства й зовнішніх умов господарювання.

Метою написання статті є удосконалення методичного інструментарію оцінки рівня фінансової безпеки підприємства із застосуванням методу таксономічного аналізу.

Оскільки рівень фінансової безпеки підприємства характеризується значною кількістю ознак, серед яких рівень ліквідності, рентабельності, фінансової стійкості, ділової активності підприємства, що, у свою чергу, також характеризуються певною кількістю ознак, то доцільним є застосування таксономічного аналізу, адже це дозволить побудувати узагальнюючу оцінку рівня фінансової безпеки ПП «Архитектон».

Алгоритм розрахунків таксономічного показника подано на рис. 1 [6].

На першому етапі слід сформувати матрицю спостережень, складовими якої є значення фінансових показників ПП «Архитектон» (табл. 1) [6].

Елементами цієї матриці є показники, виражені у спеціальних ознаках у різних одиницях вимірювання. Для проведення подальших розрахунків необхідно провести стандартизацію, що дозволить звести всі одиниці вимірювання до безрозмірної величини, тобто вирівняти значення ознак.

Наступним етапом слід провести стандартизацію значень елементів вихідної матриці спостережень. Під стандартизацією елементів матриці спостережень розуміють приведення їх до безрозмірного вигляду із урахуванням, що матриця містить показники в різних одиницях вимірювання, тобто це дозволяє позбутися одиниці вимірювання, як вартісної, так і натуральної.

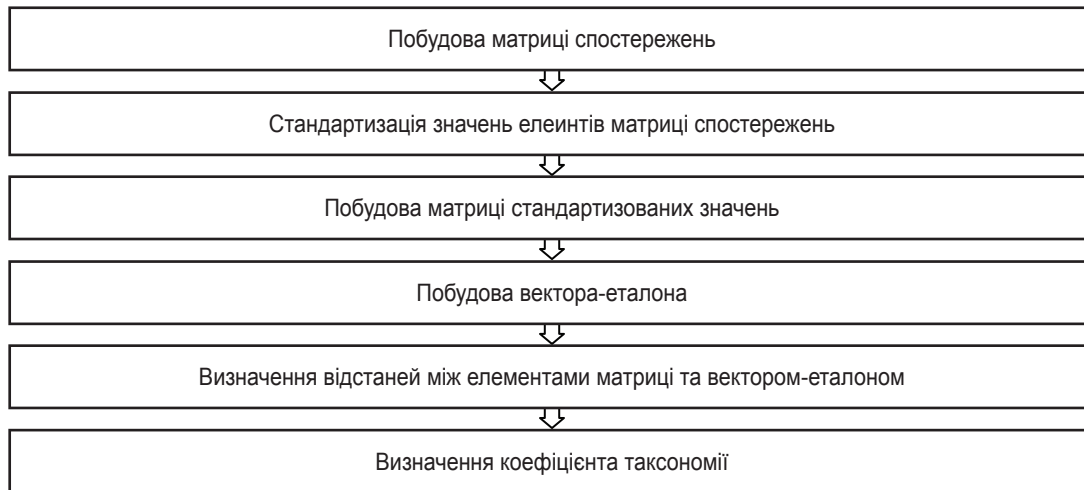


Рис. 1. Алгоритм таксономічного аналізу

Таблиця 1

Значення фінансових показників ПП «Архитектон»

Показник	2015	2016	2017
Частка власного капіталу, %	88,43	76,57	85,12
Частка залученого капіталу, %	11,57	23,43	14,88
Чистий прибуток, тис. грн	2004	896	9256
Коефіцієнт абсолютної ліквідності	0,003	0,0001	0,31
Коефіцієнт забезпеченості ВОК	0,59	0,46	0,59
Коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості	2,57	5,38	8,42
Коефіцієнт оборотності кредиторської заборгованості	7,92	11,09	7,26
Період оборотності дебіторської заборгованості, дн.	141	67	43
Період оборотності кредиторської заборгованості, дн.	46	33	50
Коефіцієнт рентабельності активів	0,002	0,001	0,01

Стандартизацію здійснюють за формулою:

$$Z_{ij} = \frac{X_{ij}}{\bar{X}_j}, \quad (1)$$

де Z_{ij} – стандартизоване значення елемента X_{ij} ;

X_{ij} – значення показника j в період часу i ;

\bar{X}_j – середнє значення за кожним з показників [6].

Третім етапом застосування таксономічного аналізу є побудова матриці стандартизованих значень (Z):

$$Z = \begin{pmatrix} 1,06 & 0,81 & 0,56 & 0,03 & 1,07 & 0,47 & 0,90 & 1,69 & 1,07 & 0,47 \\ 0,92 & 1,08 & 0,23 & 0,001 & 0,84 & 0,99 & 1,27 & 0,80 & 0,77 & 0,23 \\ 1,02 & 1,11 & 2,20 & 3,1 & 1,07 & 1,54 & 0,83 & 0,51 & 1,16 & 2,33 \end{pmatrix}$$

Наступним етапом виконують побудову вектора-еталона (P_0). Для цього слід розподілити всі показники на стимулятори та дестимулятори. Підставою для такого поділу є характерний вплив кожного з показників на рівень розвитку досліджуваного об'єкта. Стимуляторами є показники, збільшення значень яких позитивно впливає на досліджуваний процес, тобто вони позитивно впливають на загальний рівень розвитку об'єкта. До них належать частка власного капіталу, чистий прибуток, коефіцієнт абсолютної ліквідності, коефіцієнт забезпеченості ВОК, коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості, період оборотності кредиторської заборгованості, коефіцієнт рентабельності активів [6].

Дестимуляторами є показники, збільшення значень яких негативно позначається на досліджуваному процесі. До них належать частка позикового капіталу, коефіцієнт оборотності кредиторської заборгованості, період оборотності дебіторської заборгованості [6].

Вектор-еталон матиме вигляд:

$$P_0 = (1,06; 0,81; 2,20; 3,1; 1,07; 1,54; 0,83; 0,51; 1,16; 2,33).$$

Розраховані коефіцієнти таксономії, що характеризують рівень фінансової безпеки ПП «Архитектон», становлять за роками: 2015 р. – 0,37; 2016 р. – 0,36; 2017 р. – 0,96.

Динаміку зміни коефіцієнта таксономії (інтегральної оцінки рівня фінансової безпеки підприємства) графічно відображено на рис. 2 [6].

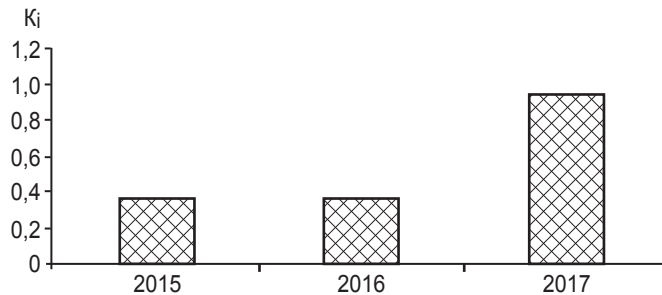


Рис. 2. Динаміка зміни інтегральної оцінки рівня фінансової безпеки підприємства, 2015–2017 рр.

Зауважимо, що стан окремого процесу або явища є тим більше розвиненим, чим ближчим є значення коефіцієнта таксономії до 1.

Побудований у такий спосіб таксономічний показник синтетично характеризує зміни значень ознак досліджуваних груп. Найважливіша його властивість полягає в тому, що тепер доводиться мати справу з однією синтетичною ознакою, яка вказує напрямки і масштаби змін у процесах, описуваних сукупністю довільного числа вхідних ознак, що характеризують фінансовий стан досліджуваного суб'єкта господарювання.

У 2015 р. розраховане значення інтегрального показника становило 0,37, у 2016 р. – 0,36, у 2017 – 0,96.

Причиною низьких значень коефіцієнта таксономії у 2015–2016 рр. є значне відхилення від еталонних значень за аналізований період таких аналізованих показників фінансового стану: величини чистого прибутку підприємства та значень коефіцієнтів абсолютної ліквідності й рентабельності активів.

Таке суттєве розходження між аналізованими показниками та їх еталонними значеннями зумовлене тим, що у 2015 р. розмір чистого прибутку підприємства був майже вчетверо меншим від значення цього показника у 2017 р., а станом на 2016 р. – майже у дев'ять разів. Значення коефіцієнта рентабельності активів у 2015 р. порівняно з 2017 р. також мало досить низький рівень. Щодо коефіцієнта абсолютної ліквідності, зауважимо, що цей показник також суттєво зріс у 2015–2017 рр.

У 2015–2017 рр. відбулося суттєве підвищення показника таксономії, що свідчить про поліпшення показників, які впливають на рівень фінансової безпеки підприємства. Така динаміка зміни інтегральної оцінки вказує на поліпшення фінансового стану ПП «Архитектон» у 2017 р., коли коефіцієнт таксономії наблизився до максимально можливої величини і становив 0,96.

Таким чином, у результаті дослідження побудовано інтегральний показник рівня розвитку підприємства, на підставі аналізу якого виявлено підвищення у 2017 р. рівня фінансової безпеки ПП «Архитектон» до високого. Перспективами подальших досліджень у цьому напрямку стане моделювання факторів впливу на рівень фінансової безпеки сучасного підприємства.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Меренкова Л. О.

Література: 1. Ареф'єва О. В. Сутність та особливості фінансової безпеки підприємства як економічної категорії. *Вісник економіки транспорту і промисловості*. 2010. № 32. С. 167–170. 2. Бланк И. А. Управление финансовой безопасностью предприятия. Киев : Эльга ; Ника-Центр, 2004. 918 с. 3. Горячева К. С. Финансовая безопасность предприятия. Суть и место в системе экономической безопасности. *Економіст*. 2003. № 8. С. 65–67. 4. Олейников Е. А. Основы экономической безопасности (Государство, регион, предприятие, личность) / под ред. Е. А. Олейникова.

М. : Интел-синтез, 1997. 238 с. **5.** Кузенко Т. Б., Мартюшева Л. С., Грачов О. В., Литовченко О. Ю. Фінансова безпека підприємства : навч. посіб. Харків : ХНЕУ, 2010. 308 с. **6.** Елисеєва И. И., Курищева С. В., Костеева Т. В. Эконометрика : учебник / под ред. И. И. Елисеевой. М. : Финансы и статистика, 2007. 576 с.

КЛАСТЕРНИЙ АНАЛІЗ ЯК МЕТОДИЧНИЙ ІНСТРУМЕНТАРІЙ ДОСЛІДЖЕННЯ ПРИБУТКОВОСТІ МАШИНОБУДІВНИХ ПІДПРИЄМСТВ

УДК 336.67

Богославська Є. О.

Магістрант 1 року навчання
фінансового факультету ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. Обґрунтовано необхідність застосування кластерного аналізу в процесі оцінювання рівня прибутковості машинобудівних підприємств України. За допомогою кластерного аналізу із використанням деревоподібної кластеризації та методу *k*-середніх проведено класифікацію окремих вітчизняних машинобудівних підприємств.

Ключові слова: підприємство, організація, машинобудування, машинобудівна галузь, машинобудівне підприємство, прибутковість, методичний інструментарій, кластерний аналіз, кластеризація.

Аннотация. Обоснована необходимость применения кластерного анализа в процессе оценивания уровня доходности машиностроительных предприятий Украины. С помощью кластерного анализа с использованием древовидной кластеризации и метода *k*-средних проведена классификация отдельных отечественных машиностроительных предприятий.

Ключевые слова: предприятие, организация, машиностроение, машиностроительная отрасль, машиностроительное предприятие, доходность, методический инструментарий, кластерный анализ, кластеризация.

Annotation. The necessity of the use of cluster analysis in the process of assessing the level of profitability of machine-building enterprises in Ukraine is substantiated. With the help of cluster analysis using tree clustering and the *k*-average method, the classification of separate domestic machine-building enterprises was carried out.

Keywords: enterprise, organization, engineering, engineering industry, engineering enterprise, profitability, methodological tools, cluster analysis, clustering.

За сучасних кризових умов пріоритетним завданням розвитку вітчизняної економіки є забезпечення стабільних темпів економічного зростання.

Прибуток підприємства є основною рушійною силою ринкової економіки, джерелом власних фінансових ресурсів, необхідних для забезпечення фінансово-господарської діяльності. Їх нестача спричиняє виникнення боргів, що у кінцевому підсумку може призвести до фінансової кризи та банкрутства. Зростання прибутку значною мірою визначає темпи економічного розвитку країни, окремих регіонів, збільшення суспільного багатства й зростання життєвого рівня населення.

Дослідженням теоретичних і практичних аспектів управління прибутком підприємств займалися і займаються Бабо А., Брейлі Л., Друрі К., Коласс Б., Майєрс С., Росс С., Холт Р., Бланк І., Буряк Л., Бутинєць Ф., Поддєрьогін А., Сопко В., Цал-Цалко Ю., Сайфулін Р., Савицька Г., Шеремет А., Гриньова В. та ін.

Метою написання статті є обґрунтування сучасних методів кластерного аналізу щодо оцінки прибутковості підприємств машинобудівної галузі.

Серед сучасних методів і видів економічного аналізу вагоме місце посідає кластерний аналіз, який дозволяє здійснювати оцінку прибутковості машинобудівних підприємств за відповідними ознаками групування, які залежно від поставлених цілей і результатів досліджень формує аналітик.

Метою кластерного аналізу є утворення груп подібних між собою об'єктів – кластерів. Основними завданнями кластерного аналізу є розробка типології або класифікації досліджуваних об'єктів; дослідження й визначення прийнятних концептуальних схем групування об'єктів; формування гіпотез на підставі результатів дослідження даних; перевірка гіпотез, чи справді типи (групи), які були відокремлені певним чином, мають місце.

Визначення рівня прибутковості підприємства за застосування кластерного аналізу передбачає:

- вибір підприємств-конкурентів;
- формування системи показників, що характеризують стан ефективності діяльності аналізованого підприємства та його конкурентів у динамічному аспекті;
- проведення кластерного аналізу;
- інтерпретацію результатів кластеризації (відстеження пересування («міграцію») аналізованого підприємства по кластерах;
- розробку комплексу рекомендацій для підвищення рівня ефективності діяльності підприємства [3].

У таблиці подано показники рентабельності підприємств для розрахунку кластерного аналізу (табл. 1) [1; 3].

Таблиця 1

Показники прибутковості машинобудівних підприємств

Назва	Розрахунок
Коефіцієнт рентабельності капіталу	$\frac{\text{ф. 2 р. 2350 (2355)} \times 2}{\text{ф. 1 р. (1900}_n + 1900_k)}$
Коефіцієнт рентабельності капіталу	$\frac{\text{ф. 2 р. 2350 (2355)} \times 2}{\text{ф. 1 р. (1095}_n + 1095_k)}$
Коефіцієнт рентабельності капіталу	$\frac{\text{ф. 2 р. 2350 (2355)} \times 2}{\text{ф. 1 р. (1195}_n + 1195_k)}$

Оцінка стану проводилася на базі 12 машинобудівних підприємств України: ДНВП «Об'єднання Комунар», ПАТ «Харківський електротехнічний завод Укрелектромаш», ПАТ «Турбоатом», ПАТ «Харківський тракторний завод ім. С. Орджонікідзе», ПАТ «Куп'янський машинобудівний завод», ПАТ «Електромашина», ПАТ «Завод ім. Фрунзе», ПАТ «Світло шахтаря», ПАТ «Важпроматоматика», ПАТ «Харківський верстатобудівний завод», ПАТ «Харківський велосипедний завод ім. Г. І. Петровського» та ПАТ «ХЕМЗ-ІРЕС».

У табл. 2 подано розрахунок показників прибутковості підприємств машинобудівної галузі. Упродовж усього досліджуваного періоду до складу першого кластера належало одне підприємство, а до другого кластера – 11. У 2014 р. та 2016 р. до першого кластера увійшло одне неприбуткове підприємство – ПАТ «Харківський тракторний завод ім. С. Орджонікідзе». У 2015 р. до першого кластера, у якому неприбуткові підприємства, увійшов ПАТ «ХЕМЗ-ІРЕС». Вони мають найнижчі показники рентабельності капіталу, власного капіталу й оборотних активів, як висновок, є збитковими [3].

Таблиця 2

Результати показників рентабельності підприємств машинобудівної галузі, 2014–2016 рр.

Назва	Коефіцієнт рентабельності капіталу	Коефіцієнт рентабельності необоротних активів	Коефіцієнт рентабельності оборотних активів
1	2	3	4
2014			
ДНВП «Об'єднання Комунар»	0,04	0,14	0,055
ПАТ «Харківський електротехнічний завод Укрелектромаш»	-0,09	-0,18	-0,18
ПАТ «Турбоатом»	0,16	0,99	0,21
ПАТ «Харківський тракторний завод ім. С. Орджонікідзе»	0,65	1,04	1,71
ПАТ «Куп'янський машинобудівний завод»	0,02	0,16	0,23
ПАТ «Електромашина»	-0,37	-0,95	-0,37

Закінчення табл. 2

1	2	3	4
ПАТ «Завод ім. Фрунзе»	0,09	0,16	0,23
ПАТ «Світло шахтаря»	0,083	0,36	0,11
ПАТ «Важпроматоматика»	0,004	0,045	0,005
ПАТ «Харківський верстатобудівний завод»	-0,06	-0,24	-0,08
ПАТ «Харківський велосипедний завод ім. Г. І. Петровського»	-0,03	-0,04	-0,23
ПАТ «ХЕМЗ-ІРЕС»	-0,09	-0,16	-0,19
2015			
ДНВП «Об'єднання Комунар»	0,01	0,006	0,002
ПАТ «Харківський електротехнічний завод Укрелектромаш»	0,08	0,19	0,14
ПАТ «Турбоатом»	0,37	2,53	0,43
ПАТ «Харківський тракторний завод ім. С. Орджонікідзе»	-0,25	-0,31	-1,25
ПАТ «Куп'янський машинобудівний завод»	-0,02	-0,047	-0,02
ПАТ «Електромашина»	0,09	0,23	0,24
ПАТ «Завод ім. Фрунзе»	0,13	0,29	0,25
ПАТ «Світло шахтаря»	-0,03	-0,14	-0,038
ПАТ «Важпроматоматика»	0,003	0,031	0,003
ПАТ «Харківський верстатобудівний завод»	-0,002	-0,009	-0,003
ПАТ «Харківський велосипедний завод ім. Г. І. Петровського»	-0,032	-0,04	-0,16
ПАТ «ХЕМЗ-ІРЕС»	-0,38	-1,01	-0,62
2016			
ДНВП «Об'єднання Комунар»	-0,066	-0,24	-0,09
ПАТ «Харківський електротехнічний завод Укрелектромаш»	-0,03	-0,09	-0,05
ПАТ «Турбоатом»	0,22	0,95	0,29
ПАТ «Харківський тракторний завод ім. С. Орджонікідзе»	-0,63	-0,23	-4,58
ПАТ «Куп'янський машинобудівний завод»	0,002	0,007	0,002
ПАТ «Електромашина»	0,14	0,35	0,22
ПАТ «Завод ім. Фрунзе»	0,13	0,31	0,22
ПАТ «Світло шахтаря»	-0,025	-0,14	-0,06
ПАТ «Важпроматоматика»	0,007	0,046	0,008
ПАТ «Харківський верстатобудівний завод»	-0,05	-0,21	-0,07
ПАТ «Харківський велосипедний завод ім. Г. І. Петровського»	-0,09	-0,12	-0,32
ПАТ «ХЕМЗ-ІРЕС»	-0,11	-0,29	-0,17

У 2014–2016 рр. підприємства першого кластера мали від'ємне значення коефіцієнта рентабельності власного капіталу, що свідчить про те, що підприємства не моли достатньо власних коштів для фінансування власних матеріальних запасів, тому вимушені залучати кошти ззовні. Великий обсяг залучених коштів призводить до того, що підприємство стає залежним від зовнішніх кредиторів.

Підприємства другого кластера є досить незалежними від кредиторів, однак, мають низький рівень рентабельності операційної діяльності. Цей показник характеризує окупність витрат у операційній діяльності. Він відображає результати роботи підприємства, оскільки при його розрахунку враховують не лише реалізаційні, а й позареалізаційні результати, що належать до основної діяльності [3].

Графічно кластерний аналіз за методом Варда та к-середніх за 2016 р. подано на рис. 1; 2 [3].

Бачимо (рис. 3), наскільки коефіцієнт рентабельності власного капіталу впливає на результат кластерного аналізу, значення міжгрупової дисперсії перевищує значення внутрішньогрупової.

Таким чином, до першого кластера віднесено підприємства, залежні від позикових коштів, до другого – підприємства, які мають порівняно стійкий і незалежний фінансовий стан, однак, не всі підприємства здатні розраховуватися за своїми зобов'язаннями та мають негативні показники прибутковості в цілому. Застосування методичного інструментарію кластерного аналізу щодо оцінки прибутковості машинобудівних підприємств передбачає формування відповідних кластерів за критеріальними ознаками. Використання кластерного аналізу може здійснюватися не лише на рівні машинобудівних підприємств, а й на макроекономічному рівні, у процесі дослідження стану машинобудування країни.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Кузенько Т. Б.

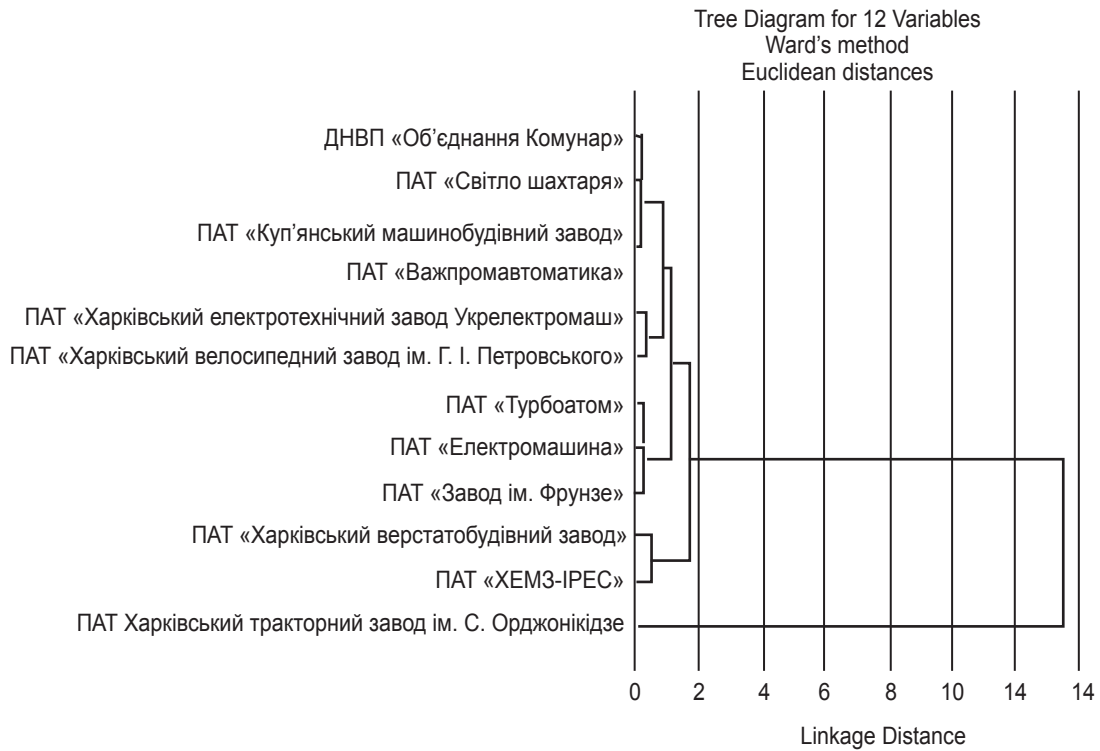


Рис. 1. Горизонтальна дендрограма класифікації за методом Варда

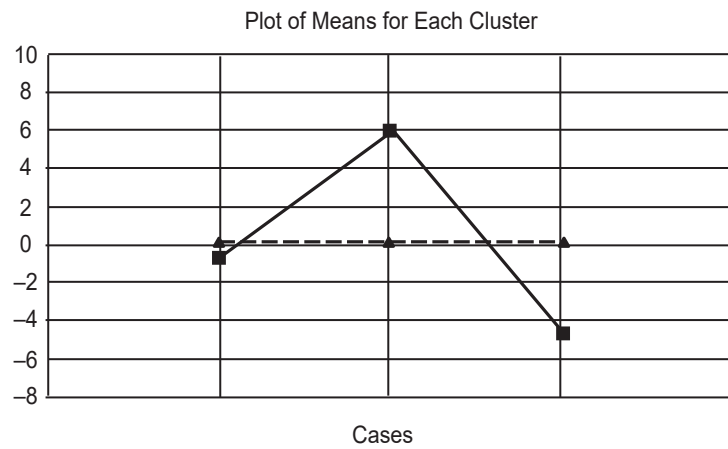


Рис. 2. Графік середніх значень для кластерів, 2016 р.

Case ID	Analysis of Variance (Spreadsheet5)					
	Between SS	df	Within SS	df	F	signif. p
Коефіцієнт рентабель	0,37739	1	0,112045	10	33,6820	0,000172
Коефіцієнт рентабель	33,29164	1	1,193813	10	278,8682	0,000000
Коефіцієнт рентабель	19,21310	1	0,331332	10	579,8741	0,000000

Рис. 3. Результати дисперсійного аналізу, 2016 р.

Література: 1. Акмаєва Н. В., Кротько О. В. Удосконалення механізму управління прибутком на підприємстві.

URL: http://www.rusnauka.com/2_KAND_2009/Economics/38777.doc.htm. **2.** Андріяш А. С., Могилова А. Ю. Особливості управління прибутком підприємства. *Молодий вчений*. 2014. № 6. С. 68–70. **3.** Гавкалова Н. Аналіз стану машинобудування в регіональному аспекті. *Економічний простір*. 2011. № 1. С. 45–52. **4.** Мочерний С. В. Економічна енциклопедія. У 3 томах. Т. 3 / відп. ред. С. В. Мочерний. Київ : Академія, 2002. 952 с.

ВИЗНАЧЕННЯ ПОНЯТТЯ ОПТИМІЗАЦІЇ ВИТРАТ ПІДПРИЄМСТВА

УДК 658.152

Бордюгова К. М.

Студент 4 курсу
фінансового факультету ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. Проаналізовано теоретичні основи управління витратами підприємства. Систематизовано практичні рекомендації щодо оптимізації витрат на сучасному вітчизняному підприємстві.

Ключові слова: підприємство, організація, виробництво, фінанси, витрати, витрати виробництва, ефективність виробництва, оптимізація витрат, конкурентоспроможність підприємства.

Аннотация. Проанализированы теоретические основы управления затратами предприятия. Систематизированы практические рекомендации по оптимизации затрат на современном отечественном предприятии.

Ключевые слова: предприятие, организация, производство, финансы, расходы, издержки производства, эффективность производства, оптимизация затрат, конкурентоспособность предприятия.

Annotation. Analyzed the theoretical foundations of enterprise cost management. Practical recommendations for cost optimization in a modern domestic enterprise are systematized.

Keywords: enterprise, organization, production, finance, expenses, production costs, production efficiency, cost optimization, enterprise competitiveness.

У процесі господарської діяльності основною метою будь-якого підприємства є отримання прибутку та конкурентної переваги. Важливою економічною категорією серед тих, що впливають на результати діяльності та фінансовий стан промислового підприємства, є витрати, що характеризують ефективність використання наявних ресурсів виробництва. З огляду на величезну кількість змін у законодавчій базі країни тема витрат потребує постійного вивчення й удосконалення. Тому управління витратами й необхідність їх оптимізації є актуальними питаннями господарської діяльності промислового підприємства.

Дослідженням витрат і методів їх оптимізації займаються Брігхем Е., Портер М., Шим Д., Шанк Д., Бутинець Ф., Голов С., Катаєв О., Качмарик Я., Колісник Г., Косинська О., Лактіонова О., Мельник О., Нападовська Л., Попович Г., Цал-Цалко Ю., Чумаченко М., що засвідчує важливість та актуальність обраної теми. Однак, незважаючи на наявність численних теоретичних розробок, відсутність комплексних підходів до методів оптимізації виробничих витрат на промислових підприємствах, недостатня теоретична й практична розробленість проблеми в науковій літературі та її практична значущість зумовлюють необхідність систематизації основ управління витратами та визначення напрямків їх оптимізації.

Метою написання статті є систематизація теоретичних основ управління витратами й розробка практичних рекомендацій щодо напрямів їх оптимізації на підприємстві за сучасних умов.

Витрати – зменшення економічних вигід у вигляді вибуття активів або збільшення зобов'язань, що призво-



дить до зменшення власного капіталу, за винятком зменшення капіталу за рахунок його вилучення або розподілу власниками, за умови, що ці витрати можуть бути достовірно оцінені. Витрати доцільно розглядати в поточному та стратегічному аспектах. Під поточними витратами зазвичай розуміють витрати підприємства, що є пов'язаними безпосередньо із виконанням підприємством своєї основної функції – виготовлення продукції [3].

До поточних витрат належать витрати на придбання сировини, основних і допоміжних матеріалів, оплату праці, загальновиробничі та інші накладні витрати. Поточні витрати здійснюються як у натуральній, так і в грошовій формах. Для оцінювання результатів діяльності підприємства вирішальною є грошова оцінка витрат, оскільки лише вона адекватно виражає собівартість виготовленої продукції [3; 4].

Для прийняття ефективних рішень щодо витрат підприємства необхідною є розгорнута й достовірна інформація про його звичайну діяльність. При цьому важливим аспектом є оперативність даних, оскільки своєчасний вплив на рівень виробничих витрат і формування собівартості продукції можливий лише за таких умов організації обліку, коли всі причини змін собівартості розкриваються не тільки шляхом аналізу поточних витрат, але й у процесі стратегічної господарської діяльності на підставі первинної документації, облікових записів та обраної стратегії управління витратами. Тому управління витратами потребує постійного вдосконалення для підвищення ефективності господарювання і, як наслідок, у стратегічному аспекті – для збільшення конкурентоспроможності підприємства.

Управління витратами – це система цілеспрямованого впливу на склад, структуру й поведінку витрат та різні фактори на всіх етапах формування й розподілу витрат, що ґрунтуються на використанні економічних законів, для підвищення ефективності діяльності підприємства на базі оптимізації рівня витрат, забезпечення його конкурентоспроможності на ринку та досягнення стратегічної мети й поточних завдань його розвитку. Тому основним завданням управління витратами є пошук найефективнішого способу використання наявних ресурсів, а саме оптимізація витрат [2–4].

Процес оптимізації діяльності підприємства в частині витрат – це шляхи пошуку найефективніших методів господарювання, за яких підприємство отримувало б максимальний ефект із мінімальними витратами [3]. Оптимізація витрат – це безперервний процес планування, обліку, аналізу й контролю витрат, а також прийняття рішень щодо подальшої економічної стратегії й політики підприємства із використанням інструментів мотивації працівників на всіх рівнях сформованої організаційної структури, у якій планування є здійснюваним задля визначення необхідного рівня витрат для забезпечення ефективної роботи підприємства, а також обчислення прибутку, який буде отримано за певного рівня та структури витрат. При цьому облік передбачає спостереження, ідентифікацію вимірювання та реєстрацію фактів витрачання ресурсів у процесі господарської діяльності підприємства. Всебічний аналіз виконується задля визначення ступеня раціональності витрат та оцінки впливу відповідних факторів на їх рівень. Організація та контроль полягають у визначенні місць формування витрат і центрів відповідальності для відстеження причин відхилень і виявлення відповідальних осіб. У сфері витрат рішення приймають для обґрунтування доцільності виробництва окремих видів продукції, вибору техніки та технології виробництва, формування оптимального товарного асортименту підприємства [5].

Сучасні методи оптимізації виробничих витрат мають бути простими у використанні, доступними, гнучкими, в оперативному порядку надавати необхідну для прийняття управлінських рішень інформацію.

Розглянемо доцільні напрямки оптимізації витрат сучасних підприємств.

1. Налагодження системи управління витратами на підприємстві за рахунок скорочення управлінського апарату, підвищення ефективності його діяльності та організації детального обліку витрат. Організація та деталізація витрат дозволять фахівцям виявляти, де саме можна скоротити поточні витрати, а де доцільними в стратегічному аспекті є і перевитрати.

2. Оптимізація витрат на оплату праці працівників. Цей базовий елемент витрат можна оптимізувати шляхом підвищення продуктивності праці за рахунок автоматизації процесів виробництва й реалізації, удосконалення організації праці та покращення використання робочого часу. Автоматизація передбачає нові розробки, модернізацію або повну заміну обладнання, тобто оптимізацію витрат інвестиційної діяльності.

3. Упровадження до діяльності підприємства сучасних ефективніших економічних методів управління виробництвом, удосконалення системи ціноутворення та фінансового механізму на підприємстві.

4. Постійне підвищення кваліфікації працівників підприємства.

5. Оптимізація чисельності працівників на підприємстві.

6. Формування ефективної системи мотивації персоналу підприємства.

7. Оптимізація собівартості продукції через упорядкування й організацію процесу закупівлі виробничих запасів.



8. Удосконалення роботи відділів постачальницької та збутової логістики.

9. Виявлення причин браку на підприємстві для своєчасного усунення та запобігання браку задля зниження собівартості продукції за рахунок скорочення витрат від браку та інших непродуктивних витрат.

10. Застосування сучасних технологій, які полягають у тому, що витрати оцінюються з позиції клієнта: чи погодиться він їх оплачувати.

11. Упровадження до стратегічної оцінки витрат підприємства концепції ланцюжка цінностей, життєвого циклу продукту тощо [2–5].

Таким чином, оптимізація витрат є дуже важливим аспектом діяльності будь-якого підприємства. Визначивши оптимальний склад і структуру витрат, підприємство зможе збільшити прибуток за існуючого обсягу реалізації та виявити приховані резерви економії коштів. Лише комплекс означених заходів зниження витрат, а не окремі дії забезпечать підприємствам максимальний ефект. Постійний контроль над витратами підприємства дасть змогу за результатами кількох операційних періодів розробити найефективнішу методику управління поточними витратами для конкретного суб'єкта господарювання.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Голофаєва І. П.

Література: 1. Качмарик Я., Верещинська О. Витрати підприємства та шляхи їх оптимізації. *Науковий вісник НЛТУ*. 2007. № 17. С. 174–177. 2. Колісник Г. М. Складові системи управління витратами підприємницьких структур. *Економічний вісник університету ДВНЗ «Переяслав-Хмельницький державний педагогічний ун-т ім. Г. Сковороди»*. 2011. № 2. С. 66–69. 3. Косинська О. В. Оптимізація витрат як засіб підвищення прибутковості підприємств. *Формування ринкових відносин в Україні*. 2011. № 7. С. 106–110. 4. Омельниченко О. С. Напрями оптимізації витрат в системі управління. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=4901>. 5. Попович Г. В. Оптимізація витрат підприємства як важливий фактор підвищення конкурентоспроможності. URL: http://www.rusnauka.com/15_APSN_2011/Economics/14_87797.doc.htm.



WORLD EXPERIENCE OF USING E-COMMERCE IN THE SALES ACTIVITY

UDC 339.97

V. Boyanovska

The 4th year student
of the Faculty Management and Marketing of KhNEU S. Kuznets

Annotation. *The global sales experience using e-commerce has been investigated. The current trends in e-commerce are considered. Analyzed sales statistics on the Internet.*

Keywords: *Internet, commerce, commercial activity, e-commerce, online promotion, online trading, statistics, advertising.*

Анотація. *Досліджено світовий досвід продажів із застосуванням електронної комерції. Розглянуто сучасні актуальні тренди в електронній комерції. Проаналізовано статистику продажів у Інтернеті.*

Ключові слова: *Інтернет, комерція, комерційна діяльність, електронна комерція, інтернет-просування, інтернет-торгівля, статистика, реклама.*

Анотація. Исследован мировой опыт продаж с применением электронной коммерции. Рассмотрены современные актуальные тренды в электронной коммерции. Проанализирована статистика продаж в Интернете.

Ключевые слова: Интернет, коммерция, коммерческая деятельность, электронная коммерция, интернет-продвижение, интернет-торговля, статистика, реклама.

The Internet is not only a global means of communication, but also an effective tool of doing business. Internet marketing is a complex of actions aimed at promoting, advertising and selling of products or services through Internet technologies. The primary uses of Internet marketing can be considered: marketing research (searching for economic information, analysis); marketing communications on the Internet between various subjects of economic relations, carried out usually by using different types of advertising; and trade products and services via the Internet [1].

To understand world experience of using of e-commerce in the sales activity it is necessary to look on the statistic of sales in the internet and internet traffic statistics as a whole. As we can see on the Fig. 1 almost a half of all users are from Asia, then goes Europe and on the territory of Australia traffic is not so high [6].

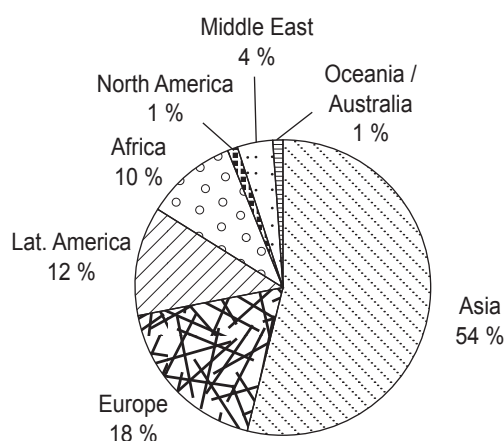


Fig. 1. Percentage of internet users according to region

World statistics on electronic commerce. Sales the business client (B2C) gradually grow since 2015. The biggest share is at Asia-Pacific countries, with more than \$ 707 billion in 2017. In Great Britain and other developed markets where buyers prefer to take away goods in the special centers of issue, the most important component of strategy of online trade is the «click and collect» model. As we see on the Fig. 2, 2018 world Internet sales will reach \$ 2,5 trillion [7].

Germany is on the second to a dream on turnover of the market of electronic commerce in Europe. Growth of amounts of electronic commerce is caused by increase in demand for large real estate objects (under distribution centers) from highly specialized dealers.

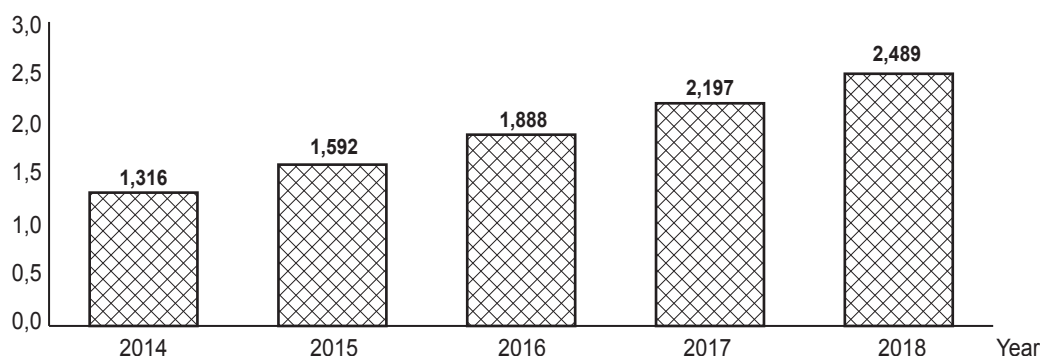


Fig. 2. Retail e-commerce sales worldwide, 2014–2018

Online trade automation level promptly grows in Australia. In the future there will be widespread specialized logistic objects. Here the model of issue of goods through cells is more and more popular. And also the companies which offer services of issue return of goods. In America, according to the experts, online trade constitutes about 30 % of demand for wholesale warehouse formats. Directly near the main cities of online sales retail chain stores open large distribution centers, and near towns – average warehouses. It allows provide to clients of all country the goods delivery in day of order

placement [5].

Marketing research on the Internet include searching for information, primarily economic. To search for the sources of necessary information using various search engines (Google, Yandex, Rambler). There is also a lot of specialized marketing agencies that provide information services through their websites. For example, www.tns-global.ru website of group of companies TNS, which specializes in providing comprehensive marketing information. It contains the results of research in various sectors of consumer markets (FMCG), financial and B2B services, it and telecommunications, and the like. Generally the most valuable secondary information contains corporate resources marketing research agencies [2; 6].

In recent years has spread social network Internet that are also used to obtain business information. According to the report «2014 Social Media Marketing Industry Report», social media marketing is it raises your rankings in the search engines by 55 %, improving understanding of market – 65 %, enhance traffic by 69 %, business development – 85 % [4].

The development of Internet-promotion of products is becoming increasingly important with the advent of international companies on the territory of Ukraine. The availability of relatively inexpensive narrow specialists promotes active involvement for the benefit, primarily, of foreign companies. Therefore, search of new clients for the company – one of the key objectives of the company at the time of the decline in the solvency of business and population.

In Ukraine the company «Allbiz» in 2014 a study was conducted on the subject of methods to attract new customers. The majority of companies-participants of poll admitted online channels more effective (Fig. 3) to attract new customers [3].

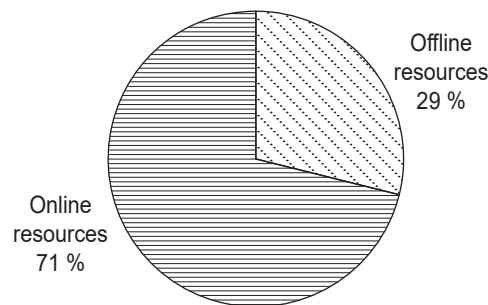


Fig. 3. Sources of attracting customers

Data analysis in the field of online-sources (Fig. 4) showed that a third of companies as a main channel for attracting clients online trading platforms and their own website prefer 20 % of companies. 16 % of companies with IP-uses contextual advertising, and by sending email ттт attract the attention of 13 % of companies [8].

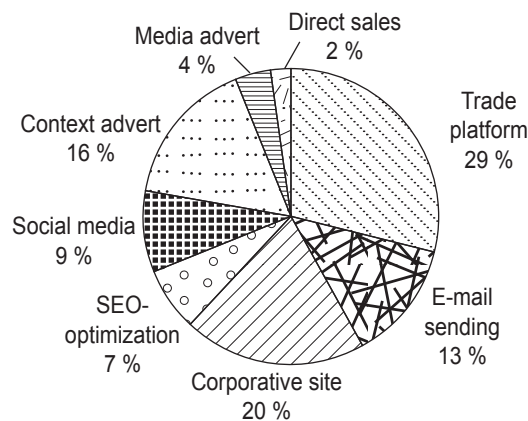


Fig. 4. Popular online sources

Analyzing these studies, it can be argued that Internet-marketing in Ukraine is at an unsatisfactory level of development. Entrepreneurs tend to spend as little money as possible on promotion of our own projects, products or services, ignoring global trends and the latest technologies.

Supervisor – Candidate of Sciences (Economics), Associate Professor Mazovenko O. V.

Literature: 1. Борецька І. Ю., Марєєв С. В., Степова С. В. Електронна комерція як складова електронного бізнесу. URL: http://www.rusnauka.com/15_APSN_2010/Informatica/67272.doc.htm. 2. Воробйова О. Нормативно-правове забезпечення електронної комерції: міжнародний досвід. *Ефективність державного управління*. 2012. № 30. С. 269–276. 3. Ілляшенко С. М., Іванова Т. Є. Проблеми і перспективи просування продукції вітчизняних підприємств в Internet. *Вісник Одеського національного університету*. 2015. № 1. С. 101–107. 4. Романов А. Н., Корлюгов Ю. Ю., Красильников С. А. Маркетинг : учебник / под ред. А. Н. Романова. М. : Банки и биржи, 1995. 560 с. 5. Статистика интернет-торговлі в странах мира: основные тенденции и показатели. URL: https://www.pinterest.com/?show_error=true. 6. Internet World Statistics. URL: <https://www.internetworldstats.com>. 7. Outsourcing E-Commerce Website Development. URL: <https://qubit-labs.com/outsourcing-e-commerce-website-development-good-idea>. 8. 7 Excellent Ways to Attract New Customers. URL: <https://www.americanexpress.com/en-us/business/trends-and-insights/articles/7-excellent-ways-to-attract-new-customers>.

ВПЛИВ НЕВЕРБАЛЬНИХ ЗАСОБІВ НА ЕФЕКТИВНІСТЬ СПІЛКУВАННЯ

УДК 316.772.2

Бражникова П. П.

Студент 2 курсу
факультету менеджменту і маркетингу ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. Обґрунтовано значущість для процесу комунікації застосування невербальних засобів спілкування як складової поведінки та культури особистості. Доведено доцільність застосування цих засобів задля підвищення ефективності спілкування та позитивного впливу на співрозмовника.

Ключові слова: спілкування, ділове спілкування, засоби спілкування, співрозмовник, партнер, невербальні засоби спілкування, комунікативний код, проксемика, міміка, пантоміміка, жести.

Аннотация. Обоснована значимость для процесса коммуникации использования невербальных средств общения как составляющей поведения и культуры личности. Доказана целесообразность применения этих средств для повышения эффективности общения и позитивного влияния на собеседника.

Ключевые слова: общение, деловое общение, средства общения, собеседник, партнер, невербальные средства общения, коммуникативный код, проксемика, мимика, пантомимика, жесты.

Annotation. The significance of non-verbal means of communication for the communication process as a component of personality behavior and culture is substantiated. Proved the feasibility of using these tools to improve the effectiveness of communication and a positive impact on the interlocutor.

Keywords: communication, business communication, means of communication, interlocutor, partner, non-verbal means of communication, communicative code, proxy, mimicry, pantomime, gestures.

Для людини як суспільної істоти однією із найважливіших потреб є потреба у спілкуванні – міжособистісній та міжгруповій взаємодії, основою якої є пізнання один одного й обмін певними результатами психічної діяльності: інформацією, думками, почуттями, оцінками тощо. Спілкування реалізується у двох видах: вербальному, тобто словесному, і невербальному, несловесному [2].

Питання невербальних засобів спілкування ніколи не втрачають своєї актуальності, дослідники цих питань намагаються висвітлювати їх у якомога зрозумілішій площині, найточніше відтворюючи значення того чи того жесту, підкреслюючи доречність чи, навпаки, недоречність використання певного невербального засобу у конкрет-



ній комунікативній ситуації тощо. Питанням невербальної культури присвячено праці Пономарьова, О. Зорівчак Р., Вихованця І., Бабич Н., Радевича-Винницького Я. та ін.

У статті акцентуємо увагу саме на невербальних засобах спілкування, які увиразнюють мовлення, надають йому переконливості й полегшують спілкування між людьми.

Невід'ємною складовою спілкування людини є невербальні засоби спілкування – елементи комунікативного коду, які мають не мовну (але знакову) природу і разом із засобами мовного коду служать для створення, передавання та сприйняття повідомлень [3]. Науковці визначили, що різні невербальні сигнали в особистісному спілкуванні несуть від 60 до 80 % інформації. Це означає, що більша частина спілкування є здійснюваною без участі засобів мовного коду, але з орієнтацією на інші його складові: паралінгвістичні елементи, елементи інших семіотичних систем [4].

Несловесні засоби відіграють важливу роль у процесі спілкування. Вони не тільки дублюють, підсилюють чи замінюють мовну комунікацію, але й підтверджують або заперечують інформацію, доповнюють зміст висловлювання. Саме невербальні засоби дають змогу зрозуміти справжні почуття й думки співрозмовника, оскільки їх поява є зумовленою імпульсами підсвідомості: відсутність можливості підробити такі імпульси дозволяє довіряти цій мові більше, ніж вербальному каналу спілкування [5].

Невербальні засоби мають своєрідну класифікацію. Серед цих засобів спілкування першою слід назвати оптико-кінетичну систему, що складається з жестів, міміки і пантоміміки, рухів тіла (кінесики) [6].

Найвиразнішим і найуживанішим засобом є жести – рухи тіла, які передають внутрішній стан людини і несуть інформацію про її думки, переживання, а також про її ставлення до того, що відбувається з нею та навколо неї. Саме характеристики жестів присвячено чи не найбільше праць щодо цього виду комунікації. Визначають, що жестикуляція збільшується при емоційному піднесенні, посилюється, коли у суб'єктів поганий зворотний зв'язок та наявні певні труднощі при донесенні інформації. Вирізняють жести, які вживають разом із мовленням, і так звані самостимулюючі. Чергування таких жестів робить спілкування захоплюючим та емоційним [9].

Міміка – це експресивно-виразні рухи різних частин обличчя (особливо очей, рота), які передають психологічний стан людини у певний момент розмови. Пантоміміка – це система виразних рухів, за допомогою яких людина демонструє співрозмовнику свій внутрішній психофізіологічний стан чи показує своє особисте ставлення до того, що відбувається з нею та навколо неї [10].

Щоб визначити, чи відвертим і чесним є співрозмовник, варто подивитися, у якому положенні перебувають його руки та долоні зокрема. Аналізуючи позу співрозмовника, можна визначити, наскільки він впевнений у собі чи у тому, про що розповідає, а також наскільки він щирий і відвертий. Так, якщо руки схрещено на грудях, це є ознакою захисту, створення бар'єра, спроби сховатися від інших [13].

Окрім оптико-кінетичних засобів спілкування існує комплекс акустичних засобів, екстралінгвістичних і паралінгвістичних сигналів. До них належать темп, паузи, якість голосу відповідно. Звернемо увагу на темп мовлення та паузи як компоненти інтонуювання. Темп є часовою характеристикою усного мовлення. Пауза – це коротка перерва у мовленні, що виконує роль словоподілу, відмежовує одну фразу від іншої. Вони є дуже важливими компонентами донесення власної точки зору до співрозмовника. Вокалізація – це швидкість мовлення, висота голосу, його тональність і діапазон. Дослідженнями встановлено, що внутрішній стан людини ґрунтується на вмінні розшифрувати характеристики голосу й манеру говорити. Зміною висоти голосу можна викликати прихильність до себе, чи, навпаки, відштовхнути від себе співрозмовника, якщо висота голосу є незмінно стабільною [12; 13].

Серед невербальних засобів особливою є система організації простору та часу спілкування – проксемика. Спеціалісти виділяють чотири просторові зони, яких людина може свідомо чи підсвідомо дотримуватися при спілкуванні (табл. 1) [14].

Таблиця 1

Дотримувані при спілкуванні просторові зони

Зони	Відстань	Характеристика
Інтимна	Від 15 до 46 см	Відстань, у якій можуть перебувати лише найближчі люди, ті, із ким налагоджено емоційний контакт
Особиста	Від 46 до 120 см	Відстань, якої люди зазвичай дотримуються на дружніх зустрічах і вечірках
Соціальна	Від 120 до 360 см	Відстань, якої люди дотримуються в міжособистісному спілкуванні із малознайомими людьми
Громадська	Понад 360 см	Відстань, якої бажано дотримуватися лектору, оратору

Отже, ефективність спілкування залежить від багатьох факторів, серед яких важливе місце посідає невербальна комунікація. Застосування невербальної комунікації допомагає при спілкуванні з людьми, впливає на перебіг



і результати ділових переговорів.

Таким чином, на підставі наукових досліджень питань застосування невербальних засобів спілкування як складової мовленнєвої культури особистості, а також на підставі власних спостережень за процесом усного мовлення можна зробити висновок, що невербальні компоненти відіграють важливу роль у діловій комунікації та у процесі організації підприємницької діяльності в цілому. Як носії значної частини комунікативної інформації невербальні засоби можуть сприяти, перешкоджати чи навіть унеможливити спілкування чи, навпаки, сприяти взаєморозумінню співрозмовниками. Подальший розвиток має бути спрямований на створення ефективної системи та моделі поведінки під час ділових переговорів.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Немашкало К. Р.

Література: 1. Чмут Т. К., Чайка Г. Л., Лукашевич М. П. Етика ділового спілкування. Київ : МАУП, 2003. 208 с. 2. Радевич-Винницький Я. Етикет і культура спілкування : навч. посіб. Київ : Знання, 2006. 292 с. 3. Биркенбил В. Язык интонации, мимики, жестов. СПб. : Питер, 1997. 224 с. 4. Столяренко Л. Д. Психология делового общения и управления : учебник. Ростов-на-Дону : Феникс, 2004. 416 с. 5. Страхов И. В. Психология характера : учебное пособие. Саратов : СГПИ, 1970. 212 с. 6. Погосова В. В., Лобунько Л. Н. К вопросу о паралингвистических средствах в языковой коммуникации. *Сопоставительное изучение языков и культур*. 2010. № 6. С. 24–32. 7. Хомич Е. Язык мимики и жестов. М. : Харвест, 2008. 112 с. 8. Палеха Ю. І. Ділова етика : навч. посіб. Київ : Вид-во Європейського університету, 2004. 310 с. 9. Рюкле Х. Ваше тайное оружие в общении: мимика, жест, движение / сокр. пер. с нем. М. : Интерэксперт ; Инфра-М, 1996. 228 с. 10. Бацевич Ф. С. Основи комунікативної лінгвістики : підручник. Київ : Знання, 2004. 342 с. 11. Леонтьев А. А. Педагогическое общение. М., 1996. 98 с. 12. Андреева Г. М. Социальная психология : учебник для высших учебных заведений. М. : Аспект Пресс, 2001. 290 с. 13. Атватер И. Невербальное общение // Психология влияния : хрестоматия / сост. А. В. Морозов. СПб. : Питер, 2001. С. 209–218. 14. Аминов И. И. Проксемика и пространственные условия общения. URL: <http://www.elitarium.ru/all-courses>.



ЕКОНОМІКО-МАТЕМАТИЧНЕ МОДЕЛЮВАННЯ УПРАВЛІННЯ ЗАПАСАМИ В ЛОГІСТИЧНИХ СИСТЕМАХ

УДК 519.863:338.246.2:330.123.3

Бублей В. Ю.

Студент 4 курсу
факультету менеджменту і маркетингу ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. Розглянуто моделі й методи управління запасами на сучасних підприємствах. Узагальнено методичні підходи до управління запасами. Обґрунтовано необхідність удосконалення методичних підходів до управління запасами на сучасних вітчизняних підприємствах.

Ключові слова: підприємство, організація, виробництво, запаси, управління запасами, економіко-математичне моделювання, модель управління запасами.

Аннотация. Рассмотрены модели и методы управления запасами на современных предприятиях. Обобщены методические подходы к управлению запасами. Обоснована необходимость совершенствования методи-



ческих подходов к управлению запасами на современных отечественных предприятиях.

Ключевые слова: предприятие, организация, производство, запасы, управление запасами, экономико-математическое моделирование, модель управления запасами.

Annotation. The models and methods of inventory management in modern enterprises are considered. Summarized methodological approaches to inventory management. The necessity of improving the methodological approaches to inventory management in modern domestic enterprises has been substantiated.

Keywords: enterprise, organization, production, reserves, inventory management, economic and mathematical modeling, inventory management model.

Проблеми вдосконалення систем управління запасами завжди були й залишаються актуальними для вітчизняних підприємств. Необхідність існування запасів на підприємствах є зумовленою низкою об'єктивних причин: різними термінами виробництва та споживання, високою вірогідністю затримки постачання або раптового зростання попиту, сезонним характером виробництва або споживання, віддаленістю споживачів або постачальників, оптовими знижками при закупівлі великих партій товарів, інфляційними процесами тощо.

Наявність товарно-матеріальних запасів надає певні переваги й забезпечує підприємству безперервність виробництва, нейтралізує ризик збою поставок, а також може забезпечити надприбуток у майбутньому за рахунок зростання попиту на вироблену продукцію. Однак, існують і негативні наслідки утворення запасів: їх високій рівень знижує обіговість капіталу, значно підвищує складські витрати, спричиняє зростання фізичного та морально-застаріння запасів, ризику утворення неліквідних запасів та інші шкідливі для підприємств наслідки.

Метою написання статті є узагальнення методологічних та методичних підходів до управління запасами, а також дослідження місця й ролі управління запасами у логістичній діяльності підприємства.

Методологічні аспекти визначення економічної категорії запасів та методичні підходи до управління запасами на підприємствах досліджували у своїх працях вітчизняні та зарубіжні науковці, серед них Бауерсокс Д., Неруш Ю., Шрайбфедер Д., Савенкова Т., Перебийніс В., Старух М., Лукінський В., Дудар Т., Стерлігова А., Сергеев В., Гаджинський А., Климак М. та ін.

На підставі узагальнення різних визначень сутності поняття «запаси», запропонованих науковою спільнотою, пропонуємо найповніше визначення: запаси є частиною капіталу підприємства та посідають певне місце у ланцюгах поставок, утворюються задля задоволення потреб виробничого та споживачього попиту й забезпечення діяльності підприємств та організацій, досягнення ними поставлених цілей; дозволяють подолати розрив у часі між виробництвом і споживанням, що сприяє підвищенню безпеки функціонування підприємств, зниженню залежності між учасниками в ланцюгах поставок; представлені у вигляді матеріальних і нематеріальних цінностей, що підлягають споживанню в майбутньому [6].

Питання, на які доводиться відповідати підприємству у процесі виробничої діяльності щодо управління запасами, подано на рис. 1 [6].

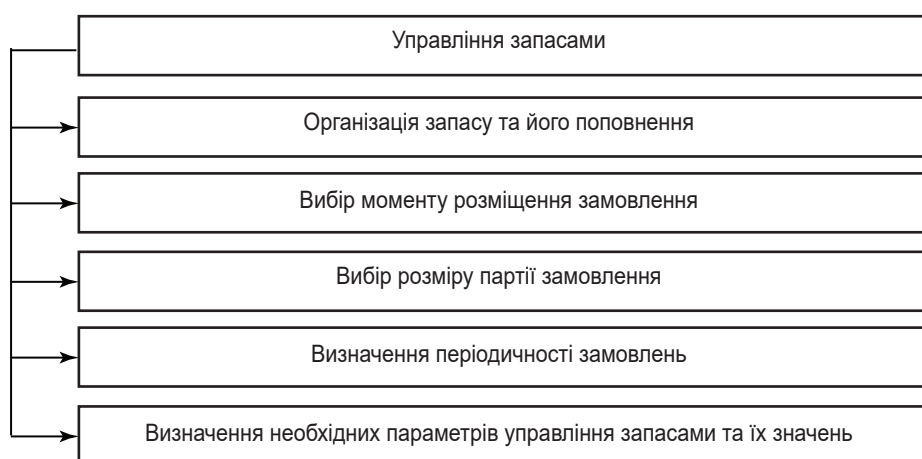


Рис. 1. Питання, що потребують вирішення у процесі управління запасами

Існує твердження про те, що запаси є «замороженими» активами підприємства, які можна було пустити в обіг [3]. Слід сказати про наявність ризику недоцільного створення запасу, оскільки він може так і не потрапити до виробництва (реалізації) через відсутність попиту, зміни технологій виробництва, закінчення терміну придатності та ін. На думку багатьох дослідників, останнім часом проблемам підвищення ефективності процесів створен-

ня й управління запасами не приділяється достатньо уваги. Це пояснюється тим, що функція управління запасами перекладається на автоматизовані системи управління складом і виробництвом на великих підприємствах, функція реалізується автономно та не вимагає додаткових розрахунків і постійного контролю [3; 4].

Система управління запасами є складовою єдиної системи управління оборотним капіталом, від ефективності цього процесу залежить можливість підтримки ліквідності та платоспроможності компанії. Пестрецова О. у «Довіднику економіста» наголошує, що система управління запасами передусім є спрямованою на мінімізацію загальної суми витрат на утримання запасів за умови задовільного обслуговування клієнтів.

В Україні фахівці найчастіше вдаються до традиційних систем управління запасами, однак, для ефективнішого управління слід використовувати математичні моделі. Для більшої точності розрахунків Старух М. пропонує ввести у математичний апарат нелінійні залежності таких базових параметрів оптимізації: еластичності транспортних тарифів, еластичності цін, обліку витрат запасів у дорозі, обмеження потужностей та ін. [7].

Специфіка моделей управління запасами є зумовленою тим, що вона передбачає наявність необхідного продукту або товару в достатній кількості, що витрачається в процесі обслуговування [5].

Застосування математичних методів при вирішенні завдань управління запасами сприяє оптимізації й оновленню функціонування національних підприємств за сформованих економічних умов. Велика кількість підприємств в Україні не впроваджують математичні методи до діяльності з управління запасами, унаслідок чого загострюються проблеми з оборотом запасів та додатковими витратами (втратами), пов'язаними з утриманням запасів. У літературних джерелах наведено чимало Методів і моделей управління запасами, але не всі вони використовуються на практиці. Це пов'язано передусім із обмеженістю, складністю у розрахунках, неточністю моделей тощо [1; 2].

Одним із вирішальних факторів при розробці моделі управління запасами є характер попиту. У найпростіших моделях передбачається, що попит є статичним і заздалегідь визначеним, або таким, що можна встановити заздалегідь. У більшості моделей управління запасами здійснюється за рахунок оптимізації функції витрат, що передбачає витрати на розміщення замовлень, закупівлю та зберігання продукції, а також втрати від дефіциту. Втрати від дефіциту зазвичай складно оцінити, але їм варто приділяти увагу, адже дефіцит впливає на репутацію й основні економічні показники діяльності підприємства. З іншого боку, хоча оцінку витрат на оформлення замовлення отримати неважко, залучення до моделі цієї статті витрат істотно ускладнює математичний опис завдання [6].

Невизначений попит може бути стаціонарним, коли щільність ймовірності попиту не змінюється в часі, і не-стаціонарним, коли функція щільності ймовірності змінюється із часом. Окрім попиту при формуванні моделей управління запасами враховують також терміни поставок, тривалість поповнення запасу, обмеженість складу у площі, коштах та ін. [1].

Порівняння різних моделей управління запасами на підприємстві за основними складовими задля узагальнення характеру їх складових та особливостей подано в табл. 1 [2; 5].

Таблиця 1

Характеристика моделей управління запасами на підприємстві

Назва	Характер попиту	Необхідність постійного моніторингу рівня запасу на складі	Додаткові параметри	Момент розміщення замовлення
1	2	5	6	7
Система планування матеріальних потреб (MRP)	Залежний, прогнозований	Відсутня	Кількість уже замовленого товару, термін доставки, термін виконання замовлення	За планом поточного виробництва
Модель із фіксованим інтервалом часу між замовленнями	Випадковий, постійно змінюваний	Періодичний контроль	Резервний запас, очікуваний попит	Через рівні проміжки часу
Модель із фіксованим розміром замовлення	Випадковий, періодично змінюваний	Постійний контроль	Пороговий розмір запасу	При досягненні запасом порогового рівня
Система із фіктивним рівнем запасу	Випадковий	Відсутня	Фіктивний рівень запасу, пороговий рівень запасу	Коли фіктивний рівень запасу досягає порогового значення
Система із фіксованою періодичністю та двома фіксованими рівнями	Випадковий	Існує	Максимальний та мінімальний рівень запасу	Досягнення запасом мінімального рівня

Закінчення табл. 1

Система із урахуванням знижок на обсяг замовлюваної партії	Випадковий	Відсутня	Розмір знижки, нова ціна товару	Коли витрати пов'язані із закупівлею та утриманням запасу є мінімальними серед усіх можливих варіантів закупівлі
1	2	5	6	7
Одноперіодна модель	Випадковий	Існує, у тому числі моніторинг терміну придатності продукції	Витрати, пов'язані із дефіцитом; витрати пов'язані із надмірною кількістю товару	Коли витрати, пов'язані із дефіцитом та надлишком продукції, є мінімальними
Модель із поступовим поповненням запасу	Визначений, відомий	Існує	Обсяг партії, що виробляється; інтенсивність споживання	Виробництво поновлюють, коли наявний запас на підприємстві вичерпано
Модель «мінімум-максимум»	Випадковий	Існує	Пороговий рівень	Коли запас є меншим або дорівнює пороговому рівню

Відомі моделі управління запасами рідко точно описують реальну систему. Тому прийняте на підставі моделей цього класу рішення слід розглядати скоріш як принципові висновки, а не конкретні рекомендації. У деяких складних випадках доводиться вдаватися до методів імітаційного моделювання системи, щоб отримати достатньо надійне рішення.

На сучасних вітчизняних підприємствах повна відсутність запасів не є можливою з огляду на те, що попит є стохастичним і основним завданням, яким займаються менеджери з постачання виробництва; існує формування таких параметрів систем управління запасами, які мінімізують запаси, гарантуючи при цьому безперебійність виробництва. Для оптимізації використання запасів на підприємстві необхідно домагатися підвищення гнучкості запасів та їх обіговості [2].

Таким чином, проведене дослідження дозволило узагальнити та доповнити методичні підходи до управління запасами за умов стохастичного попиту, а також виявити різні погляди на розуміння сутності категорії запасів. Предметом подальших досліджень мають стати багатопродуктові моделі управління запасами із випадковим попитом.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Колодізева Т. О.

Література: 1. Чернышев Л. А. Экономико-математические методы и модели : учебное пособие. Екатеринбург, 2013. 206 с. 2. Климак М. С., Войтко С. В. Економіко-математичне моделювання системи управління запасами : імітаційна модель. *Актуальні проблеми економіки та управління*. 2012. № 6. С. 34–38. 3. Савенкова Т. И. Логистика : учебное пособие. М.: Омега-Л, 2011. 256 с. 4. Скоробогатова Т. Н. Логистика : учебное пособие. Симферополь : ДиАйПи, 2005. 116 с. 5. Бродецкий Г. Л., Гусев Д. А. Экономико-математические методы и модели в логистике. Процедуры оптимизации : учебное пособие. М. : Академия, 2012. 156 с. 6. Перебейніс В. І., Дроботя Я. А. Логістичне управління запасами на підприємствах : монографія. Полтава : ПУЕТ, 2012. 280 с. 7. Старух М. В. Математичне моделювання управління запасами на підприємствах України // *Моделювання економіки: проблеми, тенденції, досвід* : матеріали Міжнародної науково-методичної конференції (Тернопіль, 6–8 жовтня 2011 р.). Тернопіль : ТНТУ, 2011. С. 120–123.

ІМІДЖ ДІЛОВОЇ ЛЮДИНИ

УДК 17.022.1

Буй Тхао Мі

Студент 2 курсу
факультету менеджменту і маркетингу ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. Визначено сутність поняття іміджу. Проаналізовано роль і значення зовнішнього вигляду (одягу, аксесуарів, постанви, ходи), тактики спілкування, ділового етикету й етики ділового спілкування як важливих складових іміджу сучасної ділової людини.

Ключові слова: ділова людина, імідж, імідж ділової людини, зовнішній вигляд, стиль поведінки, діловий етикет, етика ділових стосунків, етика ділового спілкування.

Аннотация. Определена сущность понятия имиджа. Проанализированы роль и значение внешнего вида (одежды, аксессуаров, осанки, походки), тактики общения, делового этикета и этики делового общения как важных составляющих имиджа современного делового человека.

Ключевые слова: деловой человек, имидж, имидж делового человека, внешний вид, стиль поведения, деловой этикет, этика деловых отношений, этика делового общения.

Annotation. The essence of the concept of image is defined. The role and importance of appearance (clothes, accessories, posture, gait), communication tactics, business etiquette and ethics of business communication as important components of the image of a modern business person are analyzed.

Keywords: business person, image, image of a business person, appearance, style of behavior, business etiquette, ethics of business relations, ethics of business communication.

Правильно обраний імідж для людини є запорукою успіху, як особистого, так і професійного, отже, ця тема є актуальною.

Останнім часом термін «імідж» став широко вживаним, але і на сьогодні однозначного тлумачення цього поняття не існує.

Метою написання статті є визначення сутності поняття іміджу та компонентів, із яких формується імідж ділової людини.

Дослідженням питань формування іміджу ділової людини займався і займаються чимало авторів, серед них Блек С., Браун Л., Буарі Ф., Дейвіс Ф., Тікер Е., Седова Л. та ін.

Розглянемо кілька тлумачень сутності поняття іміджу. Дослідник у сфері іміджології та соціології управління Шепель В. М. трактує поняття іміджу як індивідуальний вигляд або ореол, створюваний засобами масової інформації, соціальною групою або власними зусиллями особистості для залучення до себе уваги. Автор акцентує увагу на візуальній привабливості особистості, що звужує трактування іміджу [6].

Альохіна І. Я. розглядає імідж як певний образ людини, її «Я», яке вона представляє світу, свого роду самопрезентацію для інших. За допомогою іміджу, з одного боку, особа намагається дати інформацію для оточуючих, а з іншого – переслідує власні конкретні цілі [7].

У цій статті імідж ділової людини розглядатимемо як сформований образ, у якому виділяють характеристики та риси, що створюють певне враження на оточуючих. Складовими іміджу є зовнішній вигляд (одяг, аксесуари, постанва і хода), тактика спілкування, діловий етикет і етика ділового спілкування [1].

Розглянемо діловий етикет і етику ділового спілкування. Формування у ділових людей відповідних моральних якостей і правил професійної етики є необхідною умовою їх повсякденної діяльності. Особливу увагу слід звернути на золоте правило етики спілкування: «Як хочете, щоб люди ставилися до вас, так і ви ставтеся до них» [2]. Відмінне знання та дотримання норм і правил ділового етикету, протоколу й етики є однією із важливих складових привабливого іміджу ділової людини, які допомагають досягти великих успіхів у сфері підприємництва та просування кар'єрними сходами.

Важливим компонентом є також тактика спілкування, до якої висуваються певні вимоги. Необхідно володіти кількома варіантами поведінки в однотипній ситуації й уміти оперативно користуватися ними. У діловому спілкуванні не слід допускати будь-якої конфронтації, а тим більше конфлікту. Однак, ймовірними є суперечки й розбіжності з принципових позицій. Головне, щоб протистояння не переросло в особисту неприязнь. Слід уміло ви-

користувати механізми психологічного впливу, що сприяють виникненню довірливих стосунків, прихильності, симпатії та поваги [7].

Особливу увагу слід приділити зовнішньому вигляду. Уміння красиво стояти, сидіти, рухатися і нині є невід'ємною складовою гарних манер. Рішуча хода, правильна постава свідчать про впевненість у собі. Для ділової людини правильна постава і хода є дуже важливими. Гарна постава – це передусім рівна спина, розправлені плечі, високо піднята голова [5].

Прислів'я «По одягу зустрічають, а по розуму проводжають» яскраво демонструє факт того, що зовнішній вигляд – це перше, що помічаємо в людині. Службова обстановка висуває певні вимоги до зовнішнього вигляду ділової людини. Діловій людині слід дотримуватися єдності стилю, її одяг має відповідати конкретній ситуації. Важливим є розумне використання колірної гами, сумісність фактури матеріалу, відповідність якісного рівня аксесуарів якості костюма [7].

На думку фахівців, мистецтво вміння одягатися потребує дотримання певних правил. Розглянемо детальніше, яким має бути зовнішній вигляд ділового чоловіка та ділової жінки (табл. 1) [2; 5].

Таблиця 1

Зовнішній вигляд ділового чоловіка та ділової жінки

Складові	Чоловік	Жінка
Складові одягу	Костюм (брюки та піджак) вважають головним елементом одягу. Сорочка має бути бавовняною. Перевага надається однокольоровим сорочкам, хоча допускається й тонка смужка або клітина	Костюм зі спідницею або плаття-костюм, довжина спідниці – до середини коліна. Брюки й брючні костюми допустимі у гардеробі сучасної ділової жінки
Тканина та кольори костюму	Основними кольорами для чоловічих костюмів вважають сірий, темно-сірий, темно-синій, чорний і колір вугілля; ці кольори визначають як кольори влади. Костюм має бути із вовни або виглядати так, як костюм із вовни	Переважає гладким тканинам – англійському твіду й вовні, а також сатину, матовому шовку, оксамиту та букле. Виключаються віскоза і всілякі стрейчі. Основні кольори – темно-синій, рудувато-коричневий, бежевий, темно-коричневий, сірий, світло-синій
Взуття	Найкращими вважають черевики на шнурівці, обов'язково зі шкіри (гладкі черевики оксфордського типу). Чорні черевики пасують до костюма будь-якого кольору. Недоречним є носіння замшевого взуття з офіційним костюмом	Зазвичай стандартним взуттям є туфлі-човники чорного кольору із закритими п'яткою й носком, допустимими є також синій, темно-коричневий, сірий кольори. Оптимальна висота підбору – 5-6 см
Додаткові атрибути	Колір шкарпеток має відповідати кольору костюма або бути темнішим, створюючи м'який перехід до кольору взуття. Довжина шкарпеток – до гомілки, щоб чоловік міг сидіти, закинувши ногу за ногу, не відчувачи незручності через свій вигляд. Діловий костюм не носять без краватки; дуже важливою є якість краватки. Колір та фактура краватки визначаються модними тенденціями. Смуґасту краватку вважають класичним атрибутом успішного бізнесмена	Папка або портфель мають бути шкіряними, допустимими кольорами є синій, темно-коричневий, сірий
Аксесуари	Допустимими аксесуарами є функціональні речі: шпилька або зажим для краватки, запонки, ремінь, гаманець, блокнот, ручка, футляр для візитівок. Вироби мають бути високоякісними, витриманими в одному стилі. Годинник є обов'язковим атрибутом ділової людини, його відсутність може бути розцінена як недостатня увага й повага до часу. Не слід носити дорогоцінності як прикраси	Допустимими є кілька предметів біжутерії, що мають бути лише високоякісними, виробництва престижних фірм. Не слід носити прикраси з різних матеріалів чи витриманих у різних стилях (наприклад, золоті та срібні прикраси), дорогі ювелірні прикраси
Зачіска	Вибір зачіски ділового чоловіка залежить від індивідуальних смаків, волосся завжди повинно бути охайним і чистим	Волосся має бути до плечей або коротшим. Дуже короткі, наближені до чоловічих зачіски пасують не всім жінкам. Довге волосся має бути охайно підібраним
Макіяж	Не допускається	Повинен бути непомітним і підібраним відповідно до форми обличчя, кольору волосся та очей

Таким чином, для формування позитивного ділового іміджу слід ураховувати всі його основні складові, неможливо створити імідж лише за рахунок зовнішнього вигляду. Потрібно приділяти увагу й іншим компонентам іміджу: тактиці спілкування, діловому етикету та етиці ділового спілкування. Подальші дослідження мають бути спрямовані на аналіз впливу складових іміджу на професійний та особистісний розвиток людини.



Література: 1. Панасюк А. Ю. Формирование имиджа : стратегия, психотехнологии, психотехники. М. : Омега-Л, 2007. 266 с. 2. Імідж ділової людини. URL: <http://ref.lecture.in.ua>. 3. Галушко В. П. Діловий протокол та ведення переговорів. Вінниця : Нова книга, 2002. 224 с. 4. Статінова Н. П., Радченко С. Г. Етика бізнесу : навч. посіб. Київ : КНТЕУ, 2001. 280 с. 5. Імідж як основа успіху ділової людини. Постава, хода та манери. URL: https://web.posibnyku.vntu.edu.ua/icgn/10prishak_etyka_dilovyh_stosunkiv/p7-8.html. 6. Шепель В. М. Имиджология. Как нравиться людям. М. : Народное образование, 2002. 408 с. 7. Алехина И. Я. Имидж и этикет делового человека. М. : Дело, 2008. 166 с. 8. Прислів'я та приказки про взаємини між людьми. URL: <http://traditions.in.ua/usna-narodnaptvorchist/pryslivia-ta-prykazky/1456-pryslivia-ta-prykazky-pro-vzaiemny-mizh-liudmy>.



ЗАРУБІЖНИЙ ДОСВІД ФОРМУВАННЯ ДОХОДІВ МІСЦЕВИХ БЮДЖЕТІВ

УДК 336.14:352 (1-87)

Бурма Є. С.

Студент 4 курсу
фінансового факультету ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. Розглянуто специфіку формування та використання коштів місцевих бюджетів у зарубіжних країнах. Проведено порівняльний аналіз особливостей формування місцевих фінансів в Україні й у розвинених країнах. Запропоновано шляхи вдосконалення формування та використання регіональних бюджетів.

Ключові слова: бюджет, фінанси, податки, оподаткування, самоврядування, місцеві фінанси, місцевий бюджет, місцеве самоврядування, доходи місцевих бюджетів, податкові надходження, неподаткові надходження.

Аннотация. Рассмотрена специфика формирования и использования средств местных бюджетов в зарубежных странах. Проведен сравнительный анализ особенностей формирования местных финансов в Украине и в развитых странах. Предложены пути совершенствования формирования и использования региональных бюджетов.

Ключевые слова: бюджет, финансы, налоги, налогообложение, самоуправление, местные финансы, местный бюджет, местное самоуправление, доходы местных бюджетов, налоговые поступления, неналоговые поступления.

Annotation. The specificity of the formation and use of local budget funds in foreign countries is considered. A comparative analysis of the characteristics of the formation of local finance in Ukraine and in developed countries. The ways of improving the formation and use of regional budgets are proposed.

Keywords: budget, finance, taxes, taxation, self-government, local finance, local budget, local government, local budget revenues, tax revenues, non-tax revenues.

Питання щодо формування та виконання доходної частини місцевих бюджетів у нашій країні були і залишаються надзвичайно актуальними. Наразі в Україні впроваджується реформа децентралізації місцевих бюджетів, що підтверджує актуальність і гостроту проблеми розподілу доходів та їх цільового використання. У цьому контексті доцільно ознайомитися із досвідом провідних зарубіжних країн щодо формування та розподілу місцевих доходів задля подальшого впровадження деяких принципів і методів до вітчизняної практики.

Дослідженням питань функціонування системи формування доходів місцевих бюджетів займалися Веттерберг Г., Лайкам К., Литвак Д., Луніна І., Науменко А., Озерова І., Панасюк Л., Ровенський Е., Стефанчук Р. та ін.

Цінність їхніх напрацювань полягає у визначенні й узагальненні теоретичних основ системи формування доходів місцевих бюджетів у контексті теорії місцевих фінансів і міжбюджетних відносин.

Метою написання статті є ознайомлення із зарубіжним досвідом формування доходів місцевих бюджетів, дослідження доходних джерел у бюджетах певних країн, аналіз їх структури задля порівняння українського та зарубіжного підходів, а також задля пошуку шляхів припинення розвитку тіньової економіки й ухилення від сплати податків українськими суб'єктами господарювання.

Система місцевих бюджетів може охоплювати різні види бюджетів: бюджети територіальних громад та інших органів місцевого самоврядування, а також бюджети державних утворень, які є суб'єктами федерації. У ст. 61 Закону України «Про місцеве самоврядування в Україні» визначено, що органи місцевого самоврядування у селах, селищах, містах, районах у містах (у разі їх створення) самостійно розробляють, затверджують і виконують відповідні місцеві бюджети згідно із Бюджетним кодексом України [2]. Однак, в Україні питання формування доходної частини місцевих бюджетів все ще залишаються актуальними.

Закономірним для всіх розвинених зарубіжних країн є розподіл місцевих бюджетів на два самостійні функціональні види: місцеві поточні (адміністративні) бюджети та місцеві бюджети розвитку (інвестиційні бюджети). Складовими місцевих бюджетів розвинених країн, як і українських бюджетів, є доходна та видаткова частини. Відповідно до устрою, економічної ситуації в країні, принципів і особливостей побудови бюджетної політики всі зарубіжні країни формують та розподіляють фінансові ресурси місцевих органів влади та їх територій по-різному.

У таблиці подано приклади формування місцевих фінансових ресурсів у окремих розвинених державах (табл. 1) [5].

Таблиця 1

Особливості формування та використання коштів місцевих бюджетів у зарубіжних країнах

Німеччина	Велика Британія	Франція	Скандинавські країни
<i>Особливості формування доходів місцевих бюджетів</i>			
Найбільшими частками у доходах місцевих бюджетів є податок на прибуток фізичних осіб та ПДВ, а податок на прибуток суб'єктів господарювання має невеликий обсяг	Частка місцевих бюджетів у бюджетній системі 30 %. Головним джерелом місцевих бюджетів є муніципальний податок (справляється залежно від вартості майна та кількості дорослих членів сім'ї)	Частка податків у місцевому бюджеті – 40 %, субсидій – 30 %, власних надходжень і позик – 30 %	Найбільшу частку податкових надходжень місцевих бюджетів становлять податок на доходи та прибуток, а також майновий податок
<i>Основні напрями спрямування коштів місцевих бюджетів</i>			
Фінансування освіти, охорона здоров'я, економічний розвиток. Найбільшу групу витрат становлять соціальні виплати	Фінансування житлового та шляхового господарства, освіти, місцевої влади та самоврядування, поліції, заходів з охорони довкілля	Утримання адміністративно-силового апарату (поліція, цивільна оборона, пожежна охорона, управління), освіта, культура, розвиток інфраструктури	Соціальна сфера є пріоритетом фінансової політики. Соціальні послуги є безкоштовними, дуже різноманітними і доступними всім громадянам

Зауважимо, що економічно розвинені країни приділяють велику увагу своїм податковим надходженням. Це є пов'язаним із тим, що наявність власних доходів місцевих бюджетів дозволяє підвищувати рівень фінансової спроможності та незалежності територіальних одиниць та органів місцевого самоврядування [4].

Так, наприклад, у Австрії, Данії, Італії найвагомішими обов'язковими місцевими податками є податок на нерухомість, торгівлю та доходи фізичних осіб. До речі, в Україні цей податок також є найвагомішим. Так, згідно із звітом про виконання місцевого бюджету Харкова за 2016 р. ПДФО становить найбільшу частку у структурі податкових надходжень (61 %, 2895,0 млн грн [3].

Спираючись на досвід розвинених країн, можна стверджувати, що перспективним напрямком формування та розширення доходів місцевих скарбниць є податки, а саме податок на майно фізичних осіб, що у зарубіжних країнах є місцевим. Частка майнових податків, що стягується до місцевих бюджетів, у Франції становить приблизно 20 %, у Румунії – 19 %, у Латвії – 13 %, Литві – 11 %. У США податок на майно перевищує 40 % надходжень місцевих бюджетів [5].

Податок на майно у Великій Британії забезпечує близько третини надходжень місцевого бюджету [5]. Зауважимо, що в Україні немає такого акценту на майновий податок при формуванні доходної частини будь-якого місцевого бюджету, він зазвичай становить незначну частку.

Для України доцільно було б перейняти досвід провідних європейських країн: аналіз літературних джерел дає підстави стверджувати, що в країнах, де відбулися певні податкові реформи, рівень доходів місцевих бюджетів є досить високим саме завдяки податковій складовій.

Розглянемо структуру податкових надходжень розвинених країн світу (табл. 2) [5].

Порівняння структури податкової складової у доходах бюджетів різних країн

Показник	США	Англія	Німеччина	Франція	Італія	Канада	Японія
Індивідуальний прибутковий податок з громадян	35,80	28,90	27,40	11,80	26,30	40,80	26,80
Податок на прибуток корпорацій	7,30	11,00	4,70	5,40	10,00	6,80	21,50
Внески на соціальне страхування робітників і службовців	11,60	6,60	15,90	13,30	6,30	4,30	10,90
Внески на соціальне страхування підприємців	16,60	10,60	18,80	27,30	23,60	9,70	15,20
Податки на споживання	7,60	6,60	17,00	18,80	14,70	13,90	4,20
Акцизи	6,80	12,30	9,40	8,50	10,60	9,90	7,30
Інші податки	14,30	14,00	6,80	14,90	8,50	14,60	14,10

Отже, у більшості розвинених зарубіжних країн основою доходної бази місцевих бюджетів є їх власні доходи, причому більшість із них сформовані саме за рахунок податків. Цей факт вказує як на доступну та ліберальну податкову політику європейських країн, так і на чесність, сумлінність громадян щодо сплати всіх необхідних податків, адже майже для всіх цих країн характерними є типові місцеві податки. Зарубіжний досвід формування місцевих бюджетів засвідчує, що обсяг власних джерел наповнення доходної частини має неодмінно зростати [5].

Усі пострадянські країни звикли рівнятися на розвинені зарубіжні: панує думка, що там уміють розпоряджатися фінансовими ресурсами краще, тому і доходів отримують більше. Однак, ефективність системи міжбюджетних відносин у розглянутих країнах досягається за рахунок забезпечення адекватності доходних джерел видатковим потребам усіх рівнів бюджетів. Взаємовідносини органів влади різних рівнів забезпечують щоденне функціонування та розвиток певних територіальних громад і місцевих бюджетів. Ці взаємовідносини у зарубіжних країнах мають місце завдяки чіткому розподілу повноважень, що створили умови для майбутнього розвитку регіонів та збалансування їх бюджетів [4].

У нашій країні формування доходної частини місцевих бюджетів ускладнене високим рівнем тінізації економіки, із зростанням якої половина доходів громадян та суб'єктів господарювання не оподатковуються. Із урахуванням досвіду зарубіжних країн можна запропонувати як напрям розв'язання цієї проблеми підвищення частки місцевого податку на майно, наприклад, як у Великій Британії, де він забезпечує майже третину надходжень місцевих скарбниць. Якщо Україна наважиться на формування й реалізацію регіональної політики відповідно до принципів регіональної політики європейських держав, це стане важливим кроком на шляху входження національної економіки до європейського економічного простору та інтеграції України до Європейського співтовариства.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Юшко С. В.

Література: 1. Варналій З. С. Державна регіональна політика України: особливості та стратегічні пріоритети : монографія / за ред. З. С. Варналія. Київ : НІСД, 2007. 820 с. 2. Про місцеве самоврядування в Україні : Закон України від 21.05.1997 № 280/97-ВР // База даних «Законодавство України» / Верховна Рада України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/280/97-%D0%B2%D1%80/ed19970521>. 3. Про виконання бюджету міста Харкова за 2016 рік. URL: <http://www.city.kharkov.ua/uk/document/pro-vikonannya-byudzhetu-mista-kharkova-za-2016-rik-50802.html>. 4. Науменко А. М. Напрями підвищення доходності місцевих бюджетів. *Держава та регіони*. 2009. № 5. С. 125–134. 5. Стефанчук Р. О., Музика-Стефанчук О. А. Зарубіжний досвід формування та функціонування місцевих бюджетів. *Проблеми правознавства та правоохоронної діяльності*. 2010. № 1. С. 132–138. 6. Луніна І. О. Державні фінанси та реформування міжбюджетних відносин : монографія. Київ : Наукова думка, 2006. 432 с.

СТРАТЕГІЧНА КАРТА ЯК ІНСТРУМЕНТ ЕФЕКТИВНОГО УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВОЮ СТІЙКІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА

УДК 655.1

Варич В. М.

Магістрант 1 року навчання
фінансового факультету ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. Проаналізовано результати дослідження теоретичних аспектів побудови стратегічної карти управління фінансовою стійкістю підприємства із урахуванням обґрунтування системи цілей забезпечення його фінансової стійкості та показників, що характеризують їх досягнення.

Ключові слова: підприємство, організація, підприємництво, фінанси, фінансова стійкість, управління фінансовою стійкістю, стратегічна карта, збалансована система показників.

Аннотация. Проанализированы результаты исследования теоретических аспектов построения стратегической карты управления финансовой устойчивостью предприятия с учетом обоснования системы целей обеспечения его финансовой устойчивости и показателей, характеризующих их достижения.

Ключевые слова: предприятие, организация, предпринимательство, финансы, финансовая устойчивость, управление финансовой устойчивостью, стратегическая карта, сбалансированная система показателей.

Annotation. Analyzed the results of a study of the theoretical aspects of building a strategic card for managing the financial sustainability of an enterprise, taking into account the justification of the system of goals for its financial sustainability and indicators characterizing their achievements.

Keywords: enterprise, organization, entrepreneurship, finance, financial sustainability, financial sustainability management, strategic map, balanced scorecard.

На сучасному етапі перебудови економіки України за умов жорсткої конкуренції стабільний розвиток підприємств промисловості багато в чому залежить від ефективного управління їх фінансовою стійкістю. Існуючі методики визначення фінансової стійкості є лише методами оцінювання діяльності підприємств, а не механізмами управління фінансовою стійкістю. Інакше кажучи, за цими методиками можна обчислити певні показники, що відображають параметри фінансової стійкості, але неможливо отримати модель управління нею. Тому актуальним є формування стратегії управління фінансовою стійкістю підприємства за застосування методології розробки стратегічних карт розвитку підприємства, яка є однією з дієвих методологічних концепцій стратегічного управління підприємством, безпосередньо пов'язаною із упровадженням до практики його діяльності системи оцінювальних показників.

Дослідженням проблем стратегічного управління фінансовою безпекою займалися і займаються Каплан Р., Нортон Д., Кизим М., Любушин Н., Збарзька Л., Родіонова В. та ін. Вони докладно висвітлили питання розробки й упровадження стратегічних карт для ефективного управління фінансовою стійкістю підприємства.

Метою написання статті є визначення порядку побудови стратегічної карти управління фінансовою стійкістю підприємств харчової промисловості, що є підґрунтям для вибору політики управління їх фінансовою стійкістю.

На початку 90-х років минулого століття два провідні американські менеджери Нортон Д. і Каплан Р. запропонували світу бізнес-модель, яку вони назвали терміном «Balanced Scorecard» – збалансована система показників (ЗСП). Цю модель вони розробляли з єдиною ціллю: виявити нові способи підвищення ефективності діяльності задля досягнення цілей бізнесу. Вони заклали у свою систему модель розробки збалансованої стратегії компанії й переведення стратегії на операційний рівень діяльності.

Результатом упровадження збалансованої системи показників Нортон Д. і Каплан Р. вбачають створення організації, орієнтованої на виконання стратегії [2]. Із появою такої системи в компанії не лише з'явилася можливість відстежувати фінансові результати, але й створювати умови для майбутнього зростання. Відповідно до дослідження, що лягло в основу методики збалансованої системи показників, у більшості випадків, коли реалізація стратегій не мала очікуваних результатів, причиною невдач була погана реалізація самих стратегій [4].

За Капланом Р. і Нортоном Д. у збалансованій системі показників розглядають чотири основні взаємозв'язані складові: фінансову, клієнтську, внутрішню та навчання й розвитку.



Фінансова складова описує матеріальні результати реалізації стратегії за допомогою традиційних фінансових понять. Її цілі – економічні підсумки успішної стратегії: зростання доходів і прибутку, а також продуктивності.

При формулюванні клієнтської складової стратегічної карти менеджери визначають цільові сегменти споживчого ринку, у яких конкурує цей бізнес-підрозділ, і показники результатів його діяльності з погляду клієнтів.

Внутрішня складова відповідає за два життєво важливі компоненти стратегії: розробку й надання клієнту пропозиції цінності й удосконалення процесів і скорочення витрат як засобу підвищення продуктивності у фінансовій складовій.

Навчання й розвиток є відображенням нематеріальних активів, які є найважливішими для стратегії. Цілями цієї складової є види діяльності (людський капітал), системи (інформаційний капітал) і моральний клімат (організаційний капітал), необхідні для підтримки процесів створення вартості [1; 2].

Цілі чотирьох складових є пов'язаними один із одним причинно-наслідковими відносинами. Усе починається з гіпотези, що фінансові результати можуть бути отримані лише якщо задоволено цільову групу клієнтів.

У збалансованій системі показників стратегічні цілі погоджуються між собою причинно-наслідковим ланцюжком у формі так званих стратегічних карт (Strategy Maps). Терміном «стратегічна карта» Каплан Р. і Нортон Д. запропонували називати зв'язки між окремими елементами стратегії організації [2]. Перспективи стратегічних карт сформовані на основі місії, корпоративних цінностей і загальної стратегії підприємства у такий спосіб, що індикатори у межах перспектив стратегічних карт повністю відповідають стратегічним цілям компанії [5].

З одного боку, причинно-наслідкові ланцюжки графічно відображають логічні стратегії: як реалізація однієї стратегічної мети сприятиме досягненню інших стратегічних цілей у збалансованій системі цілей. Ідентифікація й відображення стратегічних взаємозв'язків між окремими цілями є найважливішими елементами збалансованої системи показників.

З іншого боку, стратегічна карта є моделлю, що демонструє, як стратегія поєднує нематеріальні активи та процеси створення вартості [3].

Використання у процесі прийняття рішень не лише фінансової інформації, а й інформації про ситуацію на ринку, час, вартість і якість виконуваних у компанії процесів, а також працівників є реалізацією ідеї збалансування.

Збалансована система показників дає змогу оцінити фактори впливу і відкриває нові можливості для управління корпоративною стратегією. Оскільки за її відсутності вітчизняні підприємства не в змозі ефективно функціонувати в конкурентному середовищі, важливим рішенням для більшості компаній є розробка й упровадження збалансованої системи показників.

Збалансована система показників є системою стратегічного управління організацією на підставі вимірювання й оцінювання її ефективності за набором показників, підібраних у такий спосіб, щоб урахувати всі істотні з точки зору стратегії аспекти її діяльності: фінансові, виробничі, маркетингові.

Основними факторами успішного впровадження збалансованої системи показників є здійснення змін організаційно-психологічного характеру у компанії під ініціативним керівництвом її перших осіб; постійні зусилля, що є спрямованими на реалізацію стратегії та цілей компанії; єдність у реалізації стратегії.

Складовими процесу упровадження збалансованої системи показників є п'ять етапів, що передбачають підготовку, безперервний циклічний процес розгортання й доопрацювання системи.

На першому етапі визначають місію та стратегію підприємства в цілому, ключові напрями його діяльності. Для кожного з них деталізують стратегічні підцілі, виявляють ключові фактори їх досягнення.

На другому етапі системи показників і стратегічні карти розробляють для окремих підрозділів і центрів відповідальності.

Метою третього етапу робіт є визначення порядку, термінів формування системи показників, відповідальності посадових осіб та підрозділів за досягнення їх заданих значень, розрахунку мотиваційних нарахувань.

На четвертому етапі розробляють стратегічні карти для кожної проекції окремо.

П'ятий етап – це безпосередньо впровадження, що передбачає навчання співробітників компанії, випробування у тестовому режимі, апробацію процедур системи на реальних даних одного звітного періоду [2].

Сучасне підприємство потребує адекватної системи управління, що забезпечить йому конкурентоспроможність і стійке положення на ринку. Упровадження збалансованої системи показників є одним із напрямків, що дає змогу зробити вагомий внесок у підвищенні ефективності управління підприємством.

Основною метою управління фінансовою стійкістю є досягнення абсолютної фінансової стійкості. Для досягнення цієї мети керівництву підприємства необхідно прийняти рішення щодо оптимізації витрат, підвищення ефективності надаваних послуг, їх розширення. Оптимізація витрат є безпосередньо пов'язаною із обліком і вимірюванням відповідних показників, для чого використовують систему обліку витрат. Для підвищення ефективності надаваних послуг необхідним є підвищення якості проектних робіт і просування на ринок нових видів послуг, по-



тенційні можливості, лояльність клієнтів, досвід, зацікавленість працівників. Зосередження уваги лише на фінансових показниках не дає повної картини стану підприємства, не дозволяє побудувати точний прогноз його розвитку. Тому важливо використовувати і нефінансові показники, які мають не лише доповнювати фінансові показники, але і подаватися у логічному зв'язку із ними. Слід застосовувати систему комплексного обліку всіх показників – збалансовану систему показників, яка є одним з інструментів конкретизації, подання та реалізації стратегії.

У процесі розробки системи стратегічного управління фінансовою стійкістю на підприємстві може використовуватися програмний продукт Microsoft Visio, тобто система бізнес-моделювання процесів, організаційної структури та системи управління підприємством.

Таким чином, дієва реалізація проекту з розробки й упровадження збалансованої системи показників можлива лише за чіткого розуміння керівництвом підприємства необхідності й напрямків застосування концепції.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Кузенко Т. Б.

Література: 1. Збарзька Л. О. Фінансові аспекти ринкової адаптації промислових підприємств. *Фінанси України*. 2001. № 1. С. 47–53. 2. Каплан Р. С., Нортон Д. П. Стратегические карты. Трансформация нематериальных активов в материальные результаты. М. : Олимп-Бизнес, 2004. 512 с. 3. Кизим М. О., Забродський В. А., Зінченко В. А., Копчак Ю. С. Оцінка і діагностика фінансової стійкості підприємства : монографія. Харків : ІНЖЕК, 2009. 144 с. 4. Любушин Н. П. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности : учебное пособие. М. : Юнити-Дана, 2006. 448 с. 5. Родионова В. М., Федотова М. А. Финансовая устойчивость предприятия в условиях инфляции. М. : Перспектива, 1995. 98 с.



ВИБІР ОПТИМАЛЬНОГО ПОСТАЧАЛЬНИКА ІЗ ЗАСТОСУВАННЯМ МЕТОДУ РЕЙТИНГОВИХ ОЦІНОК

УДК 658.71

Васильківська Г. В.

Магістрант 1 року навчання
факультету менеджменту і маркетингу ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. Розглянуто підходи до вирішення задачі оптимального вибору постачальника за умов багатокритеріальної оцінки. Проаналізовано приклад розв'язання задачі із застосуванням методу рейтингових оцінок.

Ключові слова: підприємство, організація, закупівля, постачальник, вибір постачальника, критерії вибору, метод рейтингових оцінок.

Аннотация. Рассмотрены подходы к решению задачи оптимального выбора поставщика в условиях многокритериальной оценки. Проанализирован пример решения задачи с применением метода рейтинговых оценок.

Ключевые слова: предприятие, организация, закупка, поставщик, выбор поставщика, критерии выбора, метод рейтинговых оценок.

Annotation. The approaches to the solution of the problem of the optimal choice of the supplier under the conditions of multi-criteria evaluation are considered. The example of solving the problem using the method of rating estimates is analyzed.

Keywords: enterprise, organization, procurement, supplier, supplier selection, selection criteria, rating method.



Процес закупівлі є ланцюгом взаємопов'язаних дій, що розпочинається зі складання заявок на необхідні товари, а закінчується їх практичним надходженням до споживача у потрібній кількості за дотримання якості й заданих термінів, а найголовніше, що може бути лімітуючим фактором, на прийнятних умовах.

За умов ринкової економіки з її динамічністю та різноманітним постачальників розв'язання цієї проблеми безпосередньо впливає на забезпеченість підприємства необхідними якісними матеріальними ресурсами, отже, і на ефективність його діяльності в цілому.

Дослідженням теоретичних і практичних аспектів організації закупівельної діяльності займалися і займаються Баскін А., Келлі Д., Ліндерс М., Джоунз Г., Леві М., Фірон Х., Вейтц Б., Варданян Г., Гаджинський А., Бланк І., Лігоненко Л., Мазаракі А., Чумак І. та ін. У своїх роботах науковці найбільшу увагу приділяли різним підходам до оптимального вибору постачальника, їх надійності, якості надання послуг, фінансової забезпеченості, інформаційного забезпечення.

Процес закупівлі закінчується виконанням замовлення, зробленого на підставі наявних заявок конкретного споживача. Важливо, щоб заявки на закупівлю були своєчасно сформульовані, постачальники правильно вибрані, а замовлення на постачання та договори із постачальниками правильно і своєчасно складені й оформлені.

Метою написання статті є розробка рекомендацій щодо вибору найвигіднішого постачальника за умов багатокритеріальної оцінки із застосуванням методу рейтингових оцінок.

Вибір постачальника є дуже важливим етапом при здійсненні функцій закупівельної логістики. Це відповідала і складна задача, від вирішення якої залежить ритмічність і надійність поставок, репутація підприємства-споживача перед своїми клієнтами та його рентабельність. Важливість правильного вирішення цієї задачі є зумовленою не лише тим, що на сучасному ринку діють чимало постачальників однакових товарів, але і передусім тим, що постачальник має бути надійним партнером підприємства. Саме великою кількістю потенційних постачальників та їх різноманітністю зумовлено актуальність проблеми вибору тих із них, які могли б із максимально успішно забезпечувати ефективність логістичних процесів [2].

Пошук, обробка й аналіз інформації з ринків закупівель і постачальників є досить трудомістким і довгим процесом. Якщо організація шукає постачальника для важливої у стратегічному плані продукції, слід пам'ятати, що поганий постачальник може спричинити набагато більше проблем, ніж погані матеріали.

Складений перелік потенційних постачальників аналізують за спеціальними критеріями оцінки та добору прийнятних постачальників. Критерії підбирають відповідно до вимог споживачів та особливостей їх логістичних систем, серед них:

- надійність постачання;
- віддаленість постачальника від споживача;
- терміни виконання замовлень;
- періодичність постачань;
- умови оплати;
- мінімальний розмір партії товару;
- можливість отримання знижки;
- частка постачальника у покритті витрат;
- повнота асортименту;
- умови розподілу ризиків;
- наявність сервісного обслуговування;
- рекламна підтримка;
- репутація постачальника;
- фінансовий стан постачальника;
- кредитоспроможність постачальника [3].

Найвідомішим є метод вибору постачальника шляхом рейтингових оцінок, що полягає у визначенні експертами підприємства-споживача переліку всіх критеріїв, за якими може здійснюватися оцінка постачальників, і подальшому ранжуванні цих критеріїв за значущістю для споживача [4].

Ураховуючи, що за деякими критеріями для окремих постачальників інформація може бути відсутня, у переліку критеріїв залишаються лише ті, за якими в експертів є вся необхідна інформація для їх оцінювання.

Наступним кроком є визначення вагових коефіцієнтів критеріїв шляхом поділу кількості відібраних критеріїв на ранги, надані відповідному критерію. Вагові коефіцієнти критеріїв визначають за формулою:

$$W_i = M/i, i = \overline{1, N},$$



де M – кількість відібраних критеріїв із загальної кількості, що дорівнює N ;

i – ранг, присвоєний i -му критерію [6].

На наступному етапі проводять бальну оцінку кожного постачальника за кожним із критеріїв. Вибір шкали бальної оцінки залежить від кількості постачальників (не може бути меншим). Також визначають кількість балів за кожним можливим рівнем оцінювання (добре, задовільно, погано).

Експерт повинен оцінити кожного постачальника за кожним критерієм, виставляючи кількість балів згідно із значенням критерію.

Рейтинг постачальника за критерієм визначають шляхом перемноження вагового коефіцієнта критерію на відповідну бальну оцінку. Інтегральний рейтинг кожного постачальника розраховують за формулою:

$$R_j = \sum_{i=1}^K W_i a_{ij}, i = \overline{1, N},$$

де a_{ij} – бальна оцінка j -го постачальника за i -м критерієм;

K – кількість постачальників товарів [6].

Далі порівнюють отримані результати інтегрального рейтингу для різних постачальників і визначають найвигіднішого партнера. Якщо після рейтингової оцінки отримано однакові результати для двох чи більше постачальників, доцільно розширити діапазон бальних оцінок і повторити процедуру оцінювання.

Проведемо оцінку постачальників із застосуванням методу рейтингових оцінок на прикладі сільськогосподарського приватного підприємства «Стандарт смаку», яке закуповує добрива.

Після ранжування й аналізу інформації про критерії оцінки обрано критерії, які мають такі ранги:

1. Ціна продукції.
3. Якість продукції.
4. Надійність поставок.
6. Можливість позапланових поставок.
7. Умови оплати.

Вибір здійснюється між трьома постачальниками із певними характерними даними.

Постачальник ПП «Фірма Агро Успіх»

Ціна 1 т сировини становить 12 150 грн. Продукція виготовляється за стандартом підприємства (СТП). Співпраця із постачальником триває два роки, при цьому щороку відбувалося в середньому по одному збою у поставках через постачальника. Підприємство працює лише за передплатою, немає можливості здійснювати позапланове постачання добрив.

Постачальник ПАТ «Тодак»

Ціна 1 т добрив становить 9 700 грн. Продукція виготовляється за галузевим стандартом якості (ГСТУ). Співпраця із постачальником триває три роки, при цьому перебіг у поставках сировини з провини постачальника виник лише одного разу. Підприємство надає можливість відстрочки оплати продукції до одного місяця. Можливість позапланових поставок становить 50 % від обсягу чинного контракту.

Постачальник ТОВ «Союз Агро Інвест»

Ціна 1 т сировини становить 10 500 грн. Продукція виготовляється за державним стандартом якості (ДСТУ). Співпраця із постачальником триває чотири роки, при цьому перебоїв у поставках сировини через постачальника не виникало. Підприємство вимагає оплату за поставлену продукцію за фактом постачання її до споживача. Можливість позапланових поставок становить 30 % від обсягу чинного контракту.

Результати рейтингового оцінювання постачальників за відібраними критеріями подано у таблиці, при цьому бальна оцінка відповідає: 3 бали – погано, 2 бали – задовільно, 1 бал – добре (табл. 1) [4].

У ході дослідження постачальників і складання їх рейтингу виявлено, що деякі постачальники значно поступаються за низкою показників своїм конкурентам: мають низьку надійність постачання, низьку якість продукції, невідгідні умови оплати, завищені ціни, відсутні можливості позапланових поставок. Найкращим постачальником є ПАТ «Тодак», у якого найнижче значення загального рейтингу за відібраними критеріями оцінювання – 13,71.

Метод рейтингової оцінки є дуже простим у використанні. Він є поширеним серед багатьох компаній, однак, потребує великого обсягу інформації, а також надає суб'єктивну оцінку обраних постачальників.

Недоліком є те, що при зверненні до потенційних постачальників важко, а іноді практично неможливо отримати об'єктивні дані, необхідні для роботи експертів [5; 6].

Показники оцінювання рейтингів постачальників

Критерій	Ранг	Вага	ПП «Фірма Агро Успіх»		ПАТ «Тодак»		ТОВ «Союз Агро Інвест»	
			Оцінка	Рейтинг	Оцінка	Рейтинг	Оцінка	Рейтинг
Ціна продукції	1	5	3	15	1	5	2	10
Якість продукції	3	2,5	3	7,5	2	5	1	2,5
Надійність поставок	4	1,25	3	3,75	2	2,5	1	1,25
Умови оплати	6	0,71	3	2,13	1	0,71	2	1,42
Можливість позапланових поставок	7	0,5	3	1,5	1	0,5	2	1
Загальний рейтинг				29,8		13,71		18,67

Ліндерс М. і Фірон Х. пропонують особливу увагу приділяти неформальній оцінці постачальників працівниками компанії. Вона полягає в оцінці особистих контактів між працівниками компанії та постачальником. Інформація формується зі спілкування на професійних зустрічах, конференціях і в засобах масової інформації.

У сучасних невеликих компаніях практично вся оцінка наявних джерел постачання здійснюється неформальним способом. У цьому випадку використання критеріїв, що відображають неформальну оцінку, може бути доцільним і обґрунтованим.

Таким чином, розумний вибір постачальника сприятиме істотному поліпшенню основних показників роботи підприємства: зниженню закупівельних цін, підвищенню оборотності складських запасів, зниженню витрат на організацію складських запасів. Для підвищення ефективності закупівельної роботи доцільно відмовитися від послуг тих постачальників, які не можуть якісно й уповні задовольнити потреби підприємства.

Науковий керівник – д-р екон. наук, професор Сисоєв В. В.

Література: 1. Аникин Б. А., Родкина Т. А. Логистика : учебное пособие. М. : ТК Велби, Проспект, 2005. 408 с. 2. Власова Н. О., Пономарьова Ю. В. Формування ефективної закупівельної політики підприємств роздрібно торгівлі. Харків : ХДУХТ, 2003. 256 с. 3. Григорьев М. Н., Долгов А. П., Уваров С. А. Логистика : учебное пособие. М. : Гардарики, 2006. 464 с. 4. Королева В. Л. Методы выбора поставщиков // Экономика, управление, финансы : материалы V междунар. научн-практ. конф. (Краснодар, август 2015 г.). Краснодар : Новация, 2015. С. 83–84. 5. Сергеев В. И. Корпоративная логистика. 300 ответов на вопросы профессионалов / под общей и научной ред. В. И. Сергеева. М. : Инфра-М, 2005. 976 с. 6. Лукинский В. С. Модели и методы теории логистики : учебное пособие / под ред. В. С. Лукинского. СПб. : Питер, 2003. 448 с.

ГЕНДЕРНИЙ АСПЕКТ ПРЕКАРІАТУ ПРАЦІ В УКРАЇНІ

УДК 331.1-055.2(477)

Вірицагіна Ю. С.

Студент 3 курсу
факультету економіки і права ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. Визначено сутність поняття прекаріату. Обґрунтовано особливості впливу нестандартної зайнятості у сфері торгівлі й обслуговування на жінок. Проведено порівняльний аналіз негативних і позитивних наслідків прекарної праці. Деталізовано права жінок на вітчизняному ринку праці.

Ключові слова: право на працю, ринок праці, прекаріат, прекарні умови праці, гендер, неформальна зайнятість, соціальні гарантії, заробітна плата, соціально-трудова відносина.

Аннотация. Определена сущность понятия прекариата. Обоснованы особенности влияния нестандартной занятости в сфере торговли и обслуживания на женщин. Проведен сравнительный анализ негативных и позитивных последствий прекарного труда. Детализированы права женщин на отечественном рынке труда.

Ключевые слова: право на труд, рынок труда, прекариат, прекарные условия труда, гендер, неформальная занятость, социальные гарантии, заработная плата, социально-трудова отношения.

Annotation. The essence of the concept of prekariat is defined. The features of the impact of precarious work in the field of trade and services on women are substantiated. A comparative analysis of the negative and positive effects of precarious labor. Detailed women's rights in the domestic labor market.

Keywords: the right to work, the labor market, prekariat, precarious working conditions, gender, informal employment, social guarantees, wages, social and labor relations.

Для сучасної України характерною є низька культура трудових відносин, і передусім із цим мають справу молодь і жінки. На одному підприємстві можуть працювати люди із різним правовим статусом (оформлені офіційно й неофіційно), тобто із різними привілеями та соціальними гарантіями. Зайнятість, що передбачає роботу за тимчасовим трудовим договором, має тимчасовий характер. Це підриває можливості для солідарності між роботодавцем та працівником. Неформальна форма зайнятості в Україні досягла масового характеру, чим зумовлено актуальність цієї теми та необхідність дослідження впливу такої форми зайнятості на жіноцтво.

На сучасному етапі існує проблема пошуку нових концептуальних підходів до регулювання соціально-економічних процесів, оскільки зайнятість за умов конкурентного середовища слід розглядати не лише з позицій ефективного використання виробничого ресурсу, що є фактором економічного зростання, але і з позицій створення основи для соціальної стабільності та гармонійного розвитку суспільства в цілому.

Метою написання статті є обґрунтування гендерних аспектів прекаріату праці на сучасних вітчизняних підприємствах.

Фахівці різних сфер соціально-трудова відносин останнім часом все частіше аналізують сутність поняття «прекарізація». Українські науковці схильні розглядати проблему прекаріату (або неформальної зайнятості) у контексті негативного впливу на економіку та на загальний соціально-економічний стан населення. Чимало науковців вивчають різні аспекти впливу прекарізації праці, серед них Лібанова Е., Білик О., Гук Л., Гайдар А. та ін.

Поступовий розвиток інформаційно-мережевої економіки змушує ринок праці ставати відкритішим. Як наслідок, розвиваються нові види зайнятості прекаріату: тимчасова зайнятість, фріланс, аутстафінг, лізинг персоналу. Сталого визначення поняття «прекаріат» не існує. Під ним розуміють соціальну групу, ознакою якої є нестабільність, негарантованість офіційного робочого місця та специфічні відносини.

Поняття прекарізації праці впливає і на оплату праці жінок. На сьогодні Україна не може похвалитися рівністю в оплаті праці чоловіків і жінок: у середньому різниця у заробітній платі за різними посадами становить від 25 % до 40 % на користь представників сильної статі. Серед ймовірних причин – дія стереотипу, що чоловік є годувальником, отже, йому слід платити більше. Жінок багато хто традиційно вважає хранительками домашнього вогнища, тому платити їм можна менше [6].

Існує низка негативних аспектів, які очікують на жінок у процесі прийому на роботу: відсутність соціальних гарантій і передбачених законом привілеїв. Сімейні обов'язки, які традиційно в Україні лягають на плечі жінки, підштовхують їх на пошук роботи із гнучким графіком роботи. Такий тип прекарної праці із значною ймовірністю здійснюється без офіційного оформлення. Такі негативні аспекти знищують прописані в Кодексі законів про працю права жінок, універсальні соціальні гарантії, а також надії на гідну пенсію [5].

Така ситуація спостерігається не тому, що жінкам за одну і таку саму роботу платять менше, ніж чоловікам, а тому, що вони частіше посідають менш оплачувані посади. Жінки становлять приблизно 80 % від усіх працівників у сфері освіти, медицини, культури. Саме ці напрямки нині є найменш оплачуваними галузями українського ринку праці [7].

Однак, до цього слід додати і цілеспрямовані заходи керівників, роботодавців і менеджерів (спрямовані зокрема на зниження виробничих затрат, економію фонду заробітної плати й на заохочення використання неповноцінних у трудових відносинах). Невипадково, як стверджують сучасні науковці, стратегію прекаризації, окрім іншого, розглядають як ефективний інструмент впливу через почуття страху та формування покірливості [8].

Так, працюю в тіншовому секторі в Україні охоплено близько 6 млн осіб. Сфера обслуговування та торгівля є найбільш схильною до тіншового сектора, саме тут традиційно працюють найбільше жінок. Робота в сфері торгівлі завжди є пов'язаною з матеріальною відповідальністю та при неофіційному працевлаштуванні може поставити працівника у рабські умови в прямому значенні цього слова. Відповідно контроль за наданням лікарняних, відпусток, декрету, а також дотриманням норм 40-годинного робочого тижня, чередуванням нічних змін із прийнятною кількістю вихідних ніколи не контролюється, і роботодавець цим користується.

Схожа ситуація і у сфері обслуговування: у кафе та ресторанах серед персоналу найбільше жінок. На сьогодні для цієї сфери характерною є повна нелегальна зайнятість. Також сфера обслуговування має сезонний характер, особливо в курортних зонах, що зменшує шанси на офіційне працевлаштування жінки [5].

Із розвитком інформаційних технологій все більшу популярність отримує віддалена зайнятість. Ця форма зайнятості є дуже зручною, наприклад, для жінок із маленькими дітьми. У ширшому плані доступність Інтернету сприяє розповсюдженню самозайнятості серед жінок: різноманітні косметичні послуги, пошив одягу, виготовлення кондитерських виробів – такі види оголошень заповнили соціальні мережі, вони надають широкі можливості для пошуку клієнтів, але це збільшує ризик втрати кваліфікації.

Масштаби проблематики прекаріату є значно ширшими і зазнають впливу різних факторів. Вибір прекарних форм зайнятості може бути зроблений не лише під дією зовнішніх факторів, але і як власний вибір стилю життя. У таблиці подано позитивні та негативні впливи прекарних форм як на індивіда, так і на суспільство (табл. 1) [4; 5].

Таблиця 1

Вплив прекарних форм зайнятості на індивіда та суспільство

Позитивний	Негативний
Гарантія гнучкості трудових відносин між робітником і роботодавцем, мотивування активності щодо прийняття рішень	Вимушений вибір тимчасової роботи
Використання характеристик, що є необхідними для формування типу особистості працівника	Виконання різних видів роботи, що не потребує кваліфікації, спричиняє застаріння професійних навичок працівника
Збільшення заробітної плати з огляду на специфіку та інтенсивність виконаної роботи	Зниження доходу через скорочення обсягу виконуваних робіт
Можливість засвоєння нових знань	Відсутність кар'єрного зростання
Можливість постійно змінювати місце проживання, подорожувати країнами	Втрата постійних соціальних зв'язків і контактів
Вільний вибір типу роботи на свій розсуд	Зростання кількості працівників, зайнятих у некваліфікованій роботі, може спричинити соціальну напруженість

Погоджуючись на нелегальну зайнятість, жінки часто не знають, які права втрачають. Пов'язані із материнством права жінки передбачають широкий соціальний пакет. Згідно із Кодексом законів про працю вагітних жінок і жінок, які мають малолітніх дітей, дітей-інвалідів, не мають права звільняти з роботи, відправляти у відрядження та змушувати працювати понаднормово. Додатково отримують десять днів відпустки матері двох і більше дітей або дитини-інваліда. Дозволено вагітним жінкам переводитися на полетшену роботу зі збереженням зарплати [4].

Таким чином, на сучасному етапі глобальної трансформації в світі разом із позитивними змінами ефект прекаріату демонструє негативний вплив на регулювання сучасного ринку праці.

Трансформація економічного простору вплинула і на сферу соціально-трудових відносин. Неформальна зайнятість, або прекаріат забезпечує гнучкість ринку праці, але одночасно створює загрозу для національної моделі зайнятості. В Україні необхідно передусім боротися з масовим неофіційним працевлаштуванням: запровадження у 2017 р. штрафів може цьому посприяти. Офіційної статистики щодо цієї проблематики не існує, але особливо від ефекту прекаріату страждає жіноцтво нашої країни.

Розв'язання проблеми зайнятості неможливе без звернення до державних методів регулювання. Створення нових робочих місць, навчання та перепідготовка спеціалістів – це методи, що у застосуванні мають поєднуватися



із оновленням законодавства. Науковим результатом дослідження є обґрунтування позитивного та негативного впливу прекарних форм зайнятості на сучасних вітчизняних підприємствах на окремого індивіда, жіноцтво та суспільство в цілому.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Доровської О. Ф.

Література: 1. Назарова Г. В., Касьмін Д. С. Забезпечення розвитку ринку праці молоді на засадах моніторингу. *Науковий вісник Ужгородського університету*. 2016. № 1 (47). С. 30–34. 2. Лібанова Е. М. Модернізація економіки України в контексті соціальних викликів. *Демографія та соціальна економіка*. 2011. № 1. С. 24–38. 3. Білик О. М. Нестандартна зайнятість: виклики сьогодення. *Соціально-трудові відносини: теорія та практика*. 2014. № 1. С. 296–300. 4. Гук Л. П. Прогнозування та регулювання розвитку нестандартної зайнятості в Україні. *Бізнес Інформ*. 2014. № 4. С. 278–283. 5. Гайдар А. Е. Основные тенденции занятости в условиях глобализации. *Бизнес Информ*. 2015. № 6. С. 121–126. 6. Под каблуком: как отличаются зарплаты женщин и мужчин. URL: <https://ubr.ua/labor-market>. 7. Степанова Е. Р. Гендерный аспект оплаты труда на украинских предприятиях. *Сталий розвиток економіки*. 2012. № 1 (11). С. 95–98. 8. Федорова А. Э., Парсюкевич А. М. Прекаризация занятости и ее влияние на социально-экономическое благополучие наемных работников. *Известия Уральского государственного экономического университета*. 2013. № 5 (49). С. 76–81.



АНАЛІЗ ТА ОЦІНКА ФІНАНСОВОЇ БЕЗПЕКИ ПАТ «УКРЗАЛІЗНИЦЯ» ЗА МЕТОДИКОЮ БАЛЬНОЇ ОЦІНКИ ФІНАНСОВОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА

УДК 658.14/.17

Воронін Р. Р.

Студент 4 курсу
фінансового факультету ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. Досліджено зарубіжні та вітчизняні методи бальної оцінки рівня фінансової безпеки підприємства. Розглянуто особливості аналізу й оцінки рівня фінансової безпеки підприємства за допомогою бальної оцінки. Проаналізовано й визначено рівень фінансової безпеки ПАТ «Укрзалізниця» за обраною методикою.

Ключові слова: підприємство, організація, фінанси, безпека підприємства, фінансовий стан, фінансова безпека, оцінка фінансової безпеки підприємства, метод бальної оцінки.

Аннотация. Исследованы зарубежные и отечественные методы балльной оценки уровня финансовой безопасности предприятия. Рассмотрены особенности анализа и оценки уровня финансовой безопасности предприятия с помощью балльной оценки. Проанализирован и определен уровень финансовой безопасности ПАО «Укрзалізниця» с использованием выбранной методики.

Ключевые слова: предприятие, организация, финансы, безопасность предприятия, финансовое состояние, финансовая безопасность, оценка финансовой безопасности предприятия, метод балльной оценки.

Annotation. Foreign and domestic methods of scoring the level of financial security of the enterprise are investigated. The features of the analysis and assessment of the level of financial security of the enterprise with the help of scoring. Analyzed and determined the level of financial security of PJSC «Ukrzaliznytsia» using the chosen methodology.

Keywords: enterprise, organization, finance, enterprise security, financial condition, financial security, assessment of the financial security of an enterprise, scoring method.

За сучасних умов динамічних змін ринку успішний розвиток та функціонування будь-якого суб'єкта підприємницької діяльності істотно залежать від надійної, якісної й обґрунтованої системи фінансової безпеки підприємства. Нагальна потреба у вивченні та розвитку питання фінансової безпеки підприємства виникла із переходом України до ринкової економіки і нині є надзвичайно актуальною. Наукові дослідження переконують, що вітчизняні суб'єкти господарювання потребують обґрунтованої та виваженої методики оцінки й управління фінансовою безпекою підприємства. Це зумовлено високим рівнем конкуренції, необхідністю постійної адаптації організаційно-економічного механізму управління підприємством до сучасних умов господарювання, чималою кількістю збиткових і збанкрутілих підприємств та нестабільністю вітчизняної економічної системи в цілому.

Питання організації безпеки підприємств нині є надзвичайно актуальним. Якщо раніше наукова думка зосереджувала свою увагу виключно на економічній безпеці, то нині все більше науковців наголошують на необхідності гарантування фінансової безпеки як окремого елемента системи економічної безпеки.

Об'єктом дослідження є методика аналізу фінансової безпеки суб'єктів господарювання шляхом бальної оцінки, предметом дослідження є теоретичні засади та методичне забезпечення процесу оцінювання фінансової безпеки підприємства за обраною методикою.

Загальнотеоретичні питання фінансової безпеки широко висвітлюють Бланк І. А., Куцик В. І., Ареф'єва О. Ф., Кузенко Т. Б., Бартиш А. І. та ін.

Для експрес-аналізу рівня фінансової безпеки підприємства можна застосувати підхід із використанням бальних оцінок – так званий метод балів. Алгоритм названого методу розроблений на підставі визначення класу кредитоспроможності позичальника, застосовуваного у Франції (табл. 1; 2) [4].

Загальна оцінка безпеки подається у балах; бали становлять суму добутків рейтингу кожного показника на клас:

$$B = \sum Pei \times KLi, \quad (1)$$

де B – сума балів;

Pei – рейтинг i -го показника;

KLi – клас i -го показника.

Таблиця 1

Граничні значення показників фінансового стану підприємства для визначення рівня фінансової безпеки

Найменування показника	I клас	II клас	III клас
1. Коефіцієнт покриття, $Kл$	Перевищує 2	1–2	Менше 1
2. Коефіцієнт автономії, $Kа$	Перевищує 0,7	0,5–0,7	Менше 0,5
3. Коефіцієнт забезпеченості матеріальних запасів, $Kзз$	Перевищує 0,8	0,5–0,8	Менше 0,5
4. Коефіцієнт оборотності активів, $Kоа$	Перевищує 0,95	0,5–0,95	Менше 0,5
5. Коефіцієнт оборотності кредиторської заборгованості, $Kкз$	Перевищує 5,2	2,5–5,2	Менше 2,5

З огляду на сумарний рейтинг показників існує така градація: I клас – високий рівень безпеки (100–150 балів); II клас – нормальний рівень безпеки (151–230 балів); III клас – передкризовий рівень безпеки (231–250 балів); IV клас – критичний рівень безпеки підприємства (251–300 балів).

Запропонована методика визначення рівня фінансової безпеки підприємства дає змогу зробити комплексні висновки про рівень захищеності фінансових інтересів підприємства як на поточний період, так і на майбутнє, а також виявити резерви його підвищення [1].

Для аналізу й оцінки рівня фінансової безпеки ПАТ «Укрзалізниця» за обраною методикою проведемо відповідні розрахунки (табл. 3) [4].

Наступним кроком виставлять бали відповідно до табл. 1; результати подано в табл. 4 [4].

Таблиця 2

Визначення рейтингу показників фінансової безпеки

Варіант			1		2		3
Показники	Рейтинг	Клас	Бали	Клас	Бали	Клас	Бали
1. Коефіцієнт покриття, <i>Кп</i>	25	1	25	2	50	3	75
2. Коефіцієнт автономії, <i>Ка</i>	20	1	20	2	40	3	60
3. Коефіцієнт забезпеченості матеріальних запасів, <i>Кзз</i>	20	1	20	2	40	3	60
4. Коефіцієнт оборотності активів, <i>Коа</i>	20	1	20	2	40	3	60
5. Коефіцієнт оборотності кредиторської заборгованості, <i>Ккз</i>	15	1	15	2	30	3	45
Разом	100		100		200		300
Клас			I		II		III

Таблиця 3

Показники бальної оцінки фінансової безпеки ПАТ «Укрзалізниця», 2015–2017 рр.

Найменування показника	Формула для розрахунків	2015	2016	2017
1. Коефіцієнт покриття, <i>Кп</i>	$1195 / 1695$	1,04	0,54	0,058
2. Коефіцієнт автономії, <i>Ка</i>	$1495 / 1900$	0,80	0,79	0,79
3. Коефіцієнт забезпеченості матеріальних запасів, <i>Кзз</i>	$(1695 - 1095) / 1100$	-44,60	-36,23	-26,78
4. Коефіцієнт оборотності активів, <i>Коа</i>	$2000 / ((1300п + 1300к) / 2)$	0,09	0,06	0,29
5. Коефіцієнт оборотності кредиторської заборгованості, <i>Ккз</i>	$2050 / (1520п / 2 + 1520к / 2)$	-23,50	-28,74	-59,66

Таблиця 4

Результати бальної оцінки фінансової безпеки ПАТ «Укрзалізниця», 2015–2017 рр.

Найменування показника	2015	2016	2017
1. Коефіцієнт покриття, <i>Кп</i>	50	75	75
2. Коефіцієнт автономії, <i>Ка</i>	20	20	20
3. Коефіцієнт забезпеченості матеріальних запасів, <i>Кзз</i>	60	60	60
4. Коефіцієнт оборотності активів, <i>Коа</i>	60	60	60
5. Коефіцієнт оборотності кредиторської заборгованості, <i>Ккз</i>	45	45	45
Сума балів	235	260	260

Як показують результати бальної оцінки фінансової безпеки ПАТ «Укрзалізниця», наявна тенденція до зростання бального показника та погіршення стану фінансової безпеки. Згідно із методикою підприємство належить до IV класу (критичний рівень безпеки підприємства, 251–300 балів) у 2016–2017 рр. У 2015 р. за рівнем фінансової безпеки підприємство належало до III класу – передкризовий рівень безпеки, 231–250 балів.

Таким чином, із застосуванням методики бальної оцінки проаналізовано рівень фінансової безпеки ПАТ «Укрзалізниця», виявлено його погіршення.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Кузенко Т. Б.

Література: 1. Ареф'єва О. В., Кузенко Т. Б. Економічні основи формування фінансової складової економічної безпеки. *Актуальні проблеми економіки*. 2009. № 1. С. 98–103. 2. Бланк И. А. Управление финансовой безопасностью предприятия. Киев : Ника-Центр ; Эльга, 2004. 776 с. 3. Горячева К. С. Финансовая безопасность предприятия. Суть и место в системе экономической безопасности. *Экономист*. 2003. № 8. С. 65–67. 4. Журавка О. С., Бондаренко Є. К. Теоретичні аспекти формування системи фінансової безпеки підприємства. *Інноваційна економіка*. 2012. № 4. С. 234–237. 5. Куцик В. І., Бартиш А. І. Фінансова безпека підприємства як самостійний об'єкт управління: проблеми забезпечення. *Науковий вісник НЛТУ України*. 2011. № 4. С. 250–255.

ESSENCE AND ROLE OF STRATEGIC PLANNING

UDC 334.7

V. Dennis

Undergraduate 2-nd years of study
Faculty of Management and Marketing of KhNEU S. Kuznets

Annotation. The approaches of various scientists to the definition of the essence of the concept of strategic planning are considered. Specified the role and importance of strategic planning for successful business and commercial activities.

Keywords: enterprise, organization, entrepreneurship, business, planning, strategic planning, strategic thinking, business plan.

Анотація. Розглянуто підходи різних науковців до визначення сутності поняття стратегічного планування. Конкретизовано роль і значення стратегічного планування для успішного ведення бізнесу та комерційної діяльності.

Ключові слова: підприємство, організація, підприємництво, бізнес, планування, стратегічне планування, стратегічне мислення, бізнес-план.

Аннотация. Рассмотрены подходы разных ученых к определению сущности понятия стратегического планирования. Конкретизированы роль и значение стратегического планирования для успешного ведения бизнеса и коммерческой деятельности.

Ключевые слова: предприятие, организация, предпринимательство, бизнес, планирование, стратегическое планирование, стратегическое мышление, бизнес-план.

Strategic planning is a management tool. As with any management tool, it is used for one purpose only: to help an organization do a better job – to focus its energy, to ensure that members of the organization are working toward the same goals, to assess and adjust the organization's direction in response to a changing environment.

There are a lot of scientists, who have made and propagated the interest of the role of strategic planning: Bryson J., Einsweiler R., Barry B., Badri M., Barnes D. and others. These and many more scientist or authors have written several books and publications on the relevance of strategic planning.

Strategic planning is critical to business success; it's different from classic planning. Strategic planning describes where you want your company to go, not necessarily how you're going to get there. However, like all other «travel plans», without knowing where you want to go, creating details on how to arrive are meaningless. Strategic planning defines the where, that your company is heading.

Strategic planning defines certain roles and relevance:

- function;
- improvise;
- define action;
- strategy to equal method [7].

Function

Often confused with business operation plans, strategic plans are expressions of ownership dreams and visions of successful results. Strategic planning functions as the design just as a blueprint functions as the how to build something. The strategic plan displays the finished product or goal. Usually, in smaller businesses, strategic planning is focused on the overall company, not on a department or division.

Improvise

Business planning, the strategic variety involves vision, mission and outside-of-the-box think

Unlike business plans, there is no one right way to create effective strategic planning. It is, by definition, brainstorming at its best. Strategic planning involves «feel» just as much as it depends on management science. Since it depends on creativity and outside-the-box thinking, there is no perfect way to design a winning strategic plan. The more you understand your company, your industry, and your corporate wish list, the better a winning strategic plan you'll create.

Strategy to equal method

Envisioning goals and then defining strategies you'll embrace to achieve your objectives is the true essence of strategic planning. Easy to overlook in a smaller business, strategic thinking identifies the methods you will take to reach your



goals. For example, if you believe you must expand your e-commerce function to achieve increased sales volume, you've also identified the method to use your strategy and reach company goals. Save the specific steps and components for your business plan. By selecting the strategy, you have defined the method to employ in your detailed specifications in your business plan.

Defines action

As critical as business planning is to the success of your company, all plans are useless unless followed by action. An additional side benefit of strategic planning is the natural action plan that stems from identifying your preferred strategy. While strategic planning involves your vision, mission and dreams, it also further defines the rudiments of your action plan to achieve the results you want. For example, if you adopt a strategy of increasing business-to-business – B2B – revenue, you've also identified a basic action plan [5; 7].

The result shows a pattern of growth and analytical participation of managers and heads of enterprises in the formulation of strategic planning policies. Strategic planning is essential for growth of enterprises to decide on what's good for the enterprise today and for the future. For this reason departmental heads are tasked with the job of formulating such policies in consultation with heads of the enterprise to strategize on the best possible ways necessary.

Strategic planning has been an academic discourse that has existed for several years. Their roles in modern day commerce and business cannot be underestimated. The interest in strategic planning has grown over time to be incorporated by businesses all over the world. For this purpose it is of immense importance to propagate the interest and grow the discourse to provide enterprise with the tools needed for growth. Strategic planning is used in diverse ways to provide the same result of clarity, expression and understanding on the tasks to be performed. This makes strategic planning a necessary part of today's world of commerce.

Supervisor – Candidate of Sciences (Economics), Associate Professor Mazorenko O. V.

Literature: **1.** Barry B. Strategic Planning Workbook for Nonprofit Organizations. Saint Paul : Amherst H Wilder Foundation, 1997. 128 p. **2.** Badri M., Davis D. Operations strategy, environmental uncertainty and performance: a path analytic model of industries in developing countries. *Omega*. 2000. № 28. P. 155–159. **3.** Baker W., Addams H., Davis D. Business planning in successful small firms. *Long Range Planning*. 1993. № 26. P. 82–86. **4.** Bamberger I. Portfolio Analysis for the Small Firm. *Long Range Planning*. 1982. № 15 (6). P. 49–57. **5.** Banfield P., Jennings P., Beaver G. Competence-based training for small firms. *Long Range Planning*. 1996. № 29 (1). P. 94–98. **6.** Barnes D. The complexities of the manufacturing strategy formation process in practice. *International Journal of Operations & Production Management*. 2002. № 10. P. 1090–1098. **7.** Barney J. B. Is the resource-based view a useful perspective for strategic management research? Yes. *Academy of Management Journal*. 2001. № 1. P. 41–54. **8.** Beal R. Competing effectively: Environmental scanning, competitive strategy, and organizational performance in small manufacturing firms. *Journal of Small Business Management*. 2000. № 1. P. 27–47. **9.** Beaver G. Strategy and management in the smaller enterprise. *Strategic Change*. 2002. № 11 (4). P. 175–178. **10.** Beaver G., Prince C. Management, strategy and policy in the UK small business sector: a critical review. *Journal of Small Business and Enterprise Development*. 2002. № 11 (1). P. 34–49.



ПРОГНОЗУВАННЯ ФІНАНСОВОЇ СТІЙКОСТІ ПІДПРИЄМСТВ МАШИНОБУДІВНОЇ ГАЛУЗІ МЕТОДОМ ЧАСОВИХ РЯДІВ

УДК [519.24+658.14/.17]:621

Гапон І. А.

Студент 4 курсу
фінансового факультету ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. Розглянуто підходи до оцінювання фінансової стійкості підприємств машинобудівної галузі. Розроблено ефективну модель прогнозування на основі аналізу часових рядів, що може бути успішно застосованою для прогнозування системи фінансових показників, за якими визначають фінансову стійкість підприємства.

Ключові слова: підприємство, організація, фінанси, фінансовий стан, фінансова безпека, фінансова стійкість, прогнозування системи фінансових показників, методи аналізу часових рядів, поліноміальна залежність, тренд.

Аннотация. Рассмотрены подходы к оценке финансовой устойчивости предприятий машиностроительной отрасли. Разработана эффективная модель прогнозирования на основе анализа временных рядов, которая может успешно применяться для прогнозирования системы финансовых показателей, по которым определяют финансовую устойчивость предприятия.

Ключевые слова: предприятие, организация, финансы, финансовое состояние, финансовая безопасность, финансовая устойчивость, прогнозирование системы финансовых показателей, методы анализа временных рядов, полиномиальная зависимость, тренд.

Annotation. The approaches to assessing the financial sustainability of enterprises of the engineering industry are considered. An effective forecasting model based on the analysis of time series has been developed, which can be successfully used to predict a system of financial indicators, which determine the financial sustainability of an enterprise.

Keywords: enterprise, organization, finances, financial condition, financial security, financial stability, forecasting of a system of financial indicators, time series analysis methods, polynomial dependence, trend.

За сучасних умов стабільне функціонування будь-якого підприємства залежить передусім від збалансованості всіх фінансових ресурсів, використовуваних для оцінки фінансової стійкості. Вона відображає такий стан фінансових ресурсів, за якого підприємство, вільно маневруючи грошовими коштами, спроможне шляхом ефективного їх використання забезпечити безперервний процес виробництва й реалізації продукції, а також витрати на його розвиток.

Дослідження питань аналізу та прогнозування фінансової стійкості підприємства за допомогою відповідних показників є актуальним завданням, оскільки, з одного боку, фінансова стійкість є характеристикою діяльності підприємства, а з іншого – визначає передумови розвитку підприємства. Якісний прогноз дає змогу розробити обґрунтовані стратегічні плани господарської діяльності підприємства.

Вагомий внесок у дослідження фінансової стійкості за сучасних умов зробили Шабліста Л. М., Іонова А. Ф., Філімоненков О. С., Гончар В. Г., Литвин Б. М., Стельмах М. В. Дослідженням особливостей застосування методу аналізу часових рядів у економіці займалися Макаренко М. В., Гудкова В. П., Аджавенко М. М., Приймук О. Р., Творонович В. І. та ін.

Метою написання статті є формування підходу до аналізу та прогнозування показників, що характеризують фінансову стійкість підприємства, із застосуванням методу часових рядів.

У науково-технічному й економічному прогнозуванні як основний аргументу зазвичай використовують час. Цілком очевидно, що не хід часу визначає величини прогнозованого показника, а дія різноманітних факторів, що впливають на нього. Кожному моменту часу відповідають певні характеристики всіх цих факторіальних ознак, які з часом тією чи іншою мірою змінюються. Отже, час можна розглядати як інтегральний показник сумарної дії всіх факторіальних ознак [2].

Лінійний або нелінійний тренд є стійкою зміною рівня показника протягом тривалого часу. Проста (парна) лінійна регресія (ЛР) є моделлю, що встановлює зв'язок між двома змінними x та y і має вигляд:

$$y = \alpha + \beta x + \epsilon, \quad (1)$$

де γ – вектор спостережуваних значень залежної змінної (показник);
 x – вектор спостережуваних значень незалежної змінної (фактор);
 α, β – невідомі параметри регресійної моделі на всій сукупності значень x ;
 ε – вектор випадкових величин (помилки) [3].

Регресійна модель є лінійною, оскільки зв'язок між показником і фактором є лінійним. З арсеналу сучасних методів прогнозування економічних часових рядів затребуваними досить часто є поліноміальне, або тригонометричне згладжування.

Розв'язання задачі екстраполяції зводиться до знаходження залежності $\gamma = f(x)$, яка з достатньою точністю описує поведінку змінної в минулому і разом із тим є визначеною і для деякого інтервалу часу в майбутньому. На практиці віддають перевагу розв'язанню у вигляді полінома найменшого ступеня, розрахованого за формулою:

$$\gamma = a_0 + a_1 t + a_2 t^2 + \dots + a_n t^n \quad [1]. \quad (2)$$

Задовільна екстраполяція залежить від правильного вибору екстраполяційної функції $f(t, a_1, a_2, \dots, a_n)$. Розв'язання цього питання є досить складним, особливо через випадкові похибки. Одним із методів, що дозволяє хоча б частково зменшити похибку, є метод вирівнювання на підставі простого усереднення.

Частина дисперсії, що пояснює регресію та вказує на ступінь адекватності моделі, називають коефіцієнтом детермінації R^2 . Його використовують як за лінійного, так і за нелінійного зв'язку між ознаками і у випадку парної регресії розраховують за формулою:

$$R^2 = \frac{\sum(\gamma - \gamma_{\text{сеп}})^2}{\sum(\gamma - \gamma_{\text{сеп}})^2} \quad [1]. \quad (3)$$

Коефіцієнт детермінації набуває значення від 0 до 1. Чим ближчим є R^2 до одиниці, тим тіснішим є зв'язок між ознаками. За $R^2 = 0$ лінійний зв'язок між ознаками відсутній, за $R^2 = 1$ відсутній кореляційний зв'язок між ознаками [5].

Проаналізуємо фінансову звітність ПАТ «Турбоатом» та спрогнозуємо значення абсолютного показника власних оборотних коштів поквартально із застосуванням лінії тренду (рис. 1) [1; 4].

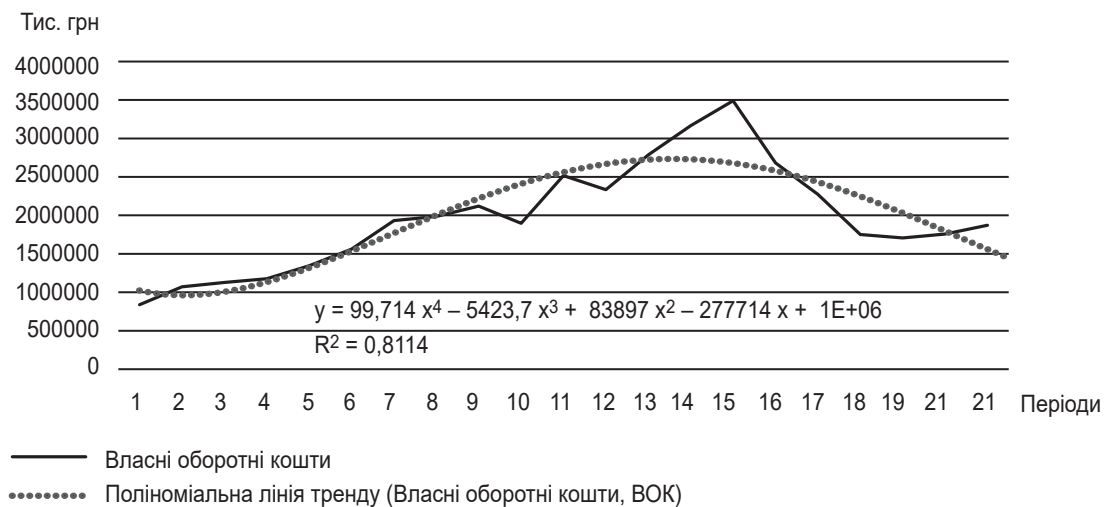


Рис. 1. Графік і лінія тренду власних оборотних коштів (ВОК) ПАТ «Турбоатом» у кварталовому розрізі

Бачимо (рис. 1), що спостерігається нестабільне зростання з найнижчої точки графіка зі значенням 839062 тис. грн на початку 2012 р. до пікового показника у першому кварталі 2016 р. зі значенням 3489471 тис. грн, після чого одразу відбувається стрімке падіння до 1705812 тис. грн у першому кварталі 2017 р., що означає скорочення цього показника більш ніж удвоєно. У 2017 р. відбулося незначне зростання – до 1871034 тис. грн. Щодо лінії тренду, то вона є нисхідною після 2015 р. Коефіцієнт детермінації перевищує 0,8, що є достатнім показником і свідчить про високу адекватність моделі. Прогнозне значення власних оборотних коштів для ПАТ «Турбоатом» становить 1219137 тис. грн.

Далі слід проаналізувати коефіцієнт автономії ПАТ «Турбоатом» у кварталовому розрізі. Для аналізу використано дані, починаючи з 2012 р. На рисунку подано графік динаміки та зображено лінію тренду цього показника (рис. 2) [4].

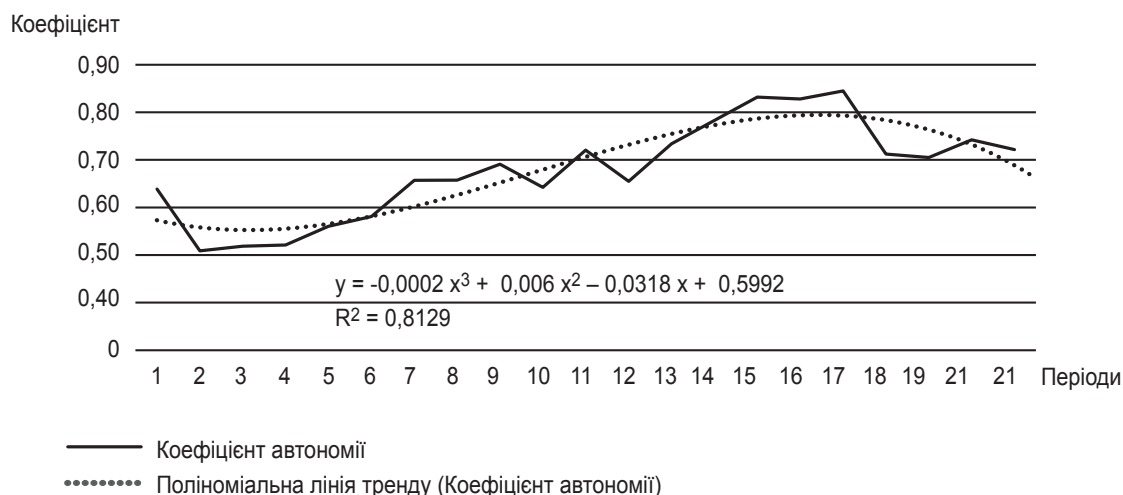


Рис. 2. **Графік і лінія тренду коефіцієнта автономії ПАТ «Турбоатом» у кварталному розрізі**

Графік коефіцієнта автономії ПАТ «Турбоатом» є доволі ламаним, але спостерігається загальна тенденція, що підтверджує лінія тренду. Після падіння наприкінці 2012 р. з 0,64 до 0,51 спостерігається нестійке підвищення показника до 0,84 у третьому кварталі 2016 р. У наступному періоді відбувається різке падіння – до 0,71, а далі значення коефіцієнта коливається у межах від 0,7 до 0,75. При цьому прогнозується подальше зниження лінії тренду. Зауважимо, що величина апроксимації перевищує 0,8, отже, побудований графік має достатню адекватність. Згідно із побудованою моделлю, прогнозне значення коефіцієнта автономії становитиме 0,7.

Наступним кроком є побудова й аналіз графіка тренду у кварталному розрізі для коефіцієнта фінансового ризику (рис. 3) [4].

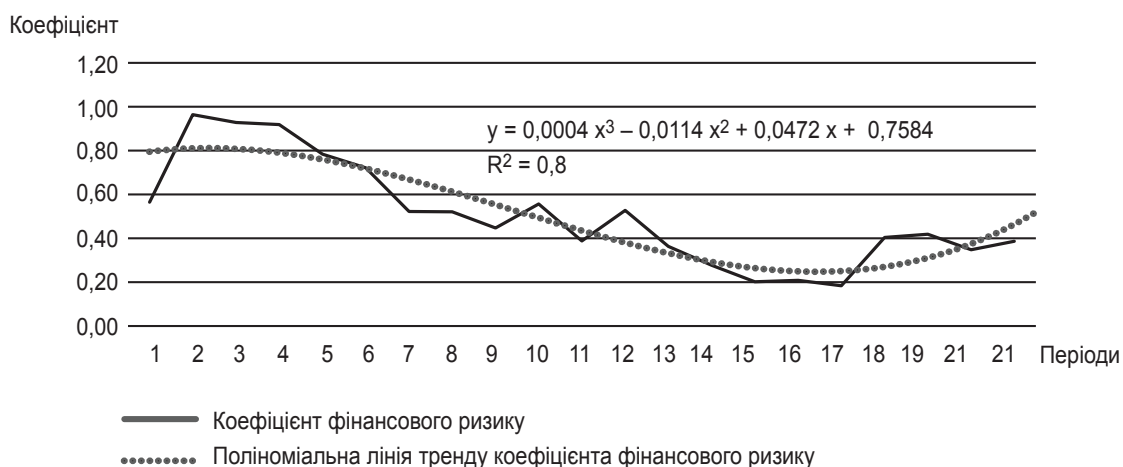


Рис. 3. **Графік і лінія тренду коефіцієнта фінансового ризику ПАТ «Турбоатом» у кварталному розрізі**

Після різкого стрибка показника до критичного значення у 2012 р. з 0,56 до 0,96, відбувалося стаке зменшення аж до третього кварталу 2016 р. із показником 0,18, що є позитивним явищем. Надалі показник підвищувався і у 2017 р. вже становив 0,39, що все ще є достатньо позитивною характеристикою [4].

Коефіцієнт детермінації свідчить про нормальну адекватність лінії тренду. Щодо прогнозу, то він має негативну тенденцію до підвищення. У цілому відношення залучених коштів до власних не перевищує нормативне значення, а прогнозний рівень коефіцієнта фінансового ризику становитиме 0,48.

Отже, майже всі показники ПАТ «Турбоатом» не виходять за межі нормативних значень, що свідчить про задовільний рівень фінансової стійкості підприємства в цілому. Зауважимо, що, починаючи з 2016 р. і донині на підприємстві спостерігається негативна тенденція щодо всіх досліджуваних показників. Але якщо порівнювати рівень коефіцієнтів із 2012 р., то можна стверджувати, що поточні показники коефіцієнтів є кращими за аналогічні у 2012 р. Отже, підприємству слід запровадити комплекс заходів щодо покращення показників фінансової стійкості задля зміни тенденції лінії тренду [4].



Таким чином, застосування методу часових рядів дозволяє відстежити й проаналізувати наявні тенденції динаміки фінансових показників підприємств машинобудівної галузі, а також визначити прогнозне значення, що, у свою чергу, надає змогу формулювати якісні управлінські рішення, спрямовані на покращення фінансового стану суб'єкта господарювання.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Берест М. М.

Література: 1. Шаблиста Л. М. Фінансова стійкість підприємства: сутність і методи оцінки. *Економіка і прогнозування*. 2006. № 2. С. 46–57. 2. Філімоненков О. С. Фінанси підприємств : навч. посіб. Київ : МАУП, 2004. 328 с. 3. Литвин Б. М., Стельмах М. В. Фінансовий аналіз : навч. посіб. Київ : Хай-Тек Прес, 2008. 336 с. 4. ПАТ «Турбоатом» // Офіційний сайт ПАТ «Турбоатом». URL: <http://turboatom.com.ua>. 5. Грабовецький Б. Є. Економічне прогнозування і планування : навч. посіб. Київ : Центр навч. літ., 2003. 188 с.



ЗАРУБІЖНИЙ ДОСВІД ЗАСТОСУВАННЯ ПРОГРАМНО-ЦІЛЬОВОГО МЕТОДУ НА ПРИКЛАДІ США ТА ПЕРСПЕКТИВИ ЙОГО ВИКОРИСТАННЯ В УКРАЇНІ

УДК 336.144.2(477)+005.336.4-027.63(7/8)

Генчева В. О.

Студент 4 курсу
фінансового факультету ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. На прикладі США узагальнено зарубіжний досвід упровадження й застосування програмно-цільового методу бюджетування. Розкрито сутність, виявлено особливості застосування програмно-цільового методу складання бюджету. Деталізовано основні перешкоди на шляху до повноцінного впровадження технологій бюджетування за застосування програмно-цільового методу. Досліджено перспективи його застосування в Україні.

Ключові слова: бюджет, бюджетні ресурси, бюджетна програма, бюджетний процес, технології бюджетування, програмно-цільовий метод бюджетування.

Аннотация. На примере США обобщен зарубежный опыт внедрения и применения программно-целевого метода бюджетирования. Раскрыта сущность, выявлены особенности применения программно-целевого метода составления бюджета. Детализированы основные препятствия на пути к полноценному внедрению технологий бюджетирования при применении программно-целевого метода. Исследованы перспективы его применения в Украине.

Ключевые слова: бюджет, бюджетные ресурсы, бюджетная программа, бюджетный процесс, технологии бюджетирования, программно-целевой метод бюджетирования.

Annotation. On the example of the United States, foreign experience in the introduction and application of the program-target budgeting method is generalized. The essence is revealed, features of application of a program-target method of drawing up of the budget are revealed. The main obstacles to the full implementation of budgeting technologies when applying the program-target method are detailed. The prospects of its use in Ukraine are investigated.

Keywords: budget, budget resources, budget program, budget process, budgeting technologies, target-oriented budgeting method.



Нині Україна перебуває на стадії впровадження низки соціально-економічних реформ. Однією із нагальних проблем залишається питання ефективного управління бюджетними ресурсами. Щодо необхідності посилення контролю руху бюджетних ресурсів зауважимо, що прогресивним світом давно розроблені й ефективно використовуються різні його форми, особливе місце серед яких належить програмно-цільовому методу бюджетного планування, технології нульового бюджетування й методу «витрати-вигоди», елементи яких сьогодні впроваджують і в Україні [1].

Дослідженням особливостей застосування програмно-цільового методу у бюджетному процесі займалися і займаються Воронова Л. К., Деревчук О. І., Орлюк О. П., Солдатенко О. В., Чубенко А. Г. та ін. Однак, незважаючи на наявність численних теоретичних розробок, змінами, що відбулися в бюджетному законодавстві, зумовлено актуальність і необхідність дослідження цієї сфери.

Метою написання статті є вивчення досвіду застосування програмно-цільового методу у США, а також перспектив його використання у бюджетному процесі України.

Із урахуванням зарубіжного досвіду застосування програмно-цільового методу формування та виконання бюджету, механізми якого орієнтовані на ефективність кінцевого результату, в Україні є досить перспективним.

Уперше програмно-цільовий метод у бюджетному процесі застосовано у 60-х роках ХХ сторіччя. Нині США, Канада, Австралія, Нова Зеландія та країни-члени Європейського Союзу активно використовують компоненти цього методу у процесі складання та виконання бюджету. Елементи програмно-цільового методу також застосовують і в Литві та Естонії. Однак, багаторічний досвід і різні підходи до впровадження програмно-цільового методу саме у США надають більше інформації для розуміння його переваг і недоліків [3; 4].

У США програмно-цільовий метод спочатку було запроваджено на рівні Федерального уряду у 1949 р., а нині є застосовуваним урядами штатів і міст. Такий формат бюджету мав відображати не стільки структуру видатків у розрізі статей витрат, скільки очікуваний результат від реалізації програм або виконання конкретних державних функцій [4].

Уже в перші роки запровадження програмно-цільового методу у США відбулися позитивні зміни у національному бюджетному процесі:

- подання бюджету у розрізі програм значно підвищило розуміння бюджетної інформації, сприяло перевтіленню бюджету з фінансового документа на політичний документ уряду;
- залучення до бюджету інформації про очікувані соціально-економічні результати діяльності міністерств підвищили відповідальність урядовців за досягнення поставлених цілей;
- запровадження відповідальності за належне формування бюджету не лише виконавчої гілки влади, а і законодавчої [3].

Усі п'ятдесят штатів США дотримуються вимог щодо застосування елементів програмно-цільового методу, у тому числі стратегічного планування, моніторингу й оцінки ефективності використання коштів. Однак, кожний штат має власний підхід при формуванні та виконанні бюджету за програмно-цільовим методом. Вони застосовують різні процедури для розробки показників виконання та звітності про ефективність виконання [3].

Для забезпечення ефективного застосування програмно-цільового методу на федеральному рівні у США запроваджують певні заходи (рис. 1) [3].

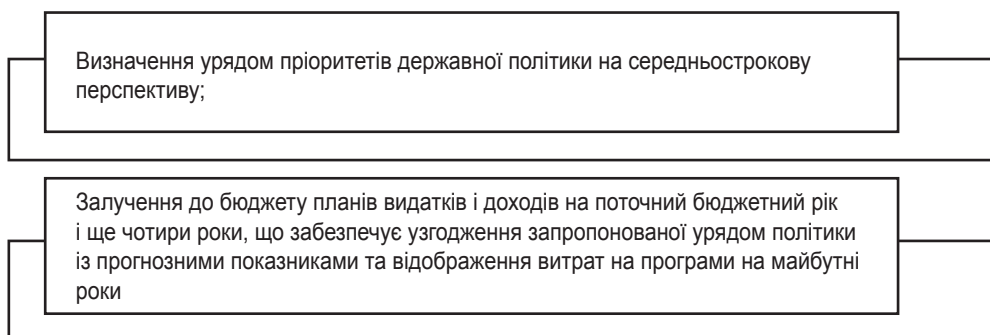


Рис. 1. **Заходи для ефективного застосування програмно-цільового методу у США**

До того ж у 1993 р. задля зосередження уваги на результатах діяльності міністерств і відомств прийнято Закон «Про ефективність і результати роботи уряду», який фактично активізував процес удосконалення методології застосування програмно-цільового методу.



Основними особливостями запровадження програмно-цільового методу у США на федеральному рівні є:

- задля підвищення ефективності розподілу ресурсів здійснюється довгострокове прогнозування;
- застосування методології довгострокового планування для програм капіталовкладень, що забезпечує безперервність фінансування багаторічних проектів і програм до моменту їх виконання;
- ефективно застосування інструментів оцінки результативності програм;
- з 1993 р. вимоги щодо необхідності здійснення оцінки програм закріплено у Законі про ефективність і результати роботи уряду;
- застосування з 2004 р. нової системи оцінки результативності федеральних програм (РАКТ), яка доповнює положення згаданого Закону;
- положення Закону про ефективність і результати роботи уряду запроваджувалися поступово протягом кількох років через низку пілотних проектів;
- забезпечення участі законодавчої влади на етапі формування цілей державної політики, визначення рівнозначної відповідальності виконавчої та законодавчої гілок за складання бюджету, полегшення проходження проекту бюджету в Конгресі;
- донедавна лише виконавча гілка влади визначала цілі своєї діяльності, а згідно із новими правилами Конгрес також має визначати цілі своєї роботи, перш ніж розглядати і проводити голосування по законах для затвердження нових чи продовження існуючих програм [3; 4].

Зарубіжні експерти зазначають, що на початкових етапах запровадження програмно-цільового методу на федеральному рівні в США так і не було перенесено наголос з урядових витрат на результати виконання програм. Основними причинами цього є:

- складність узгодження планування й вимірювання результативності програм виконавчою владою із процесами затвердження обсягів фінансування Конгресом, оскільки існував жорсткий розподіл відповідальності між виконавчою гілкою влади (президент та Державний департамент) та законодавчою (Конгрес);
- інформація про загальні витрати на реалізацію програм у більшості випадків була недостатньою та неповною, що формувало викривлену картину справжньої вартості досягнення намічених результатів;
- не було розроблено систему вимірювання результативності програми та досягнення її мети;
- не були узгоджені бюджетна класифікація, організаційна структура програм і процедури подання звітності [3].

На сьогодні процес застосування програмно-цільового методу у США постійно вдосконалюється завдяки реалізації нових ініціатив щодо реформування бюджетної сфери. Це стосується передусім удосконалення підходів до оцінки результатів реалізації програм, узгодженості програм із пріоритетами держави, що забезпечує постійне підвищення ефективності використання бюджетних ресурсів.

Отже, головною перевагою застосування цього методу бюджетування є політика альтернативності прийняття бюджетних рішень із обов'язковим контролем їх виконання [3].

В Україні запровадження програмно-цільового методу до бюджетного процесу розпочалося з Розпорядження Кабінету Міністрів України від 14.09.2002 р. «Про схвалення Концепції застосування програмно-цільового методу в бюджетному процесі» [1]. Розпочинаючи з 2003 р. цей метод запроваджено щодо державного бюджету України, а у 2010 р. на виконання схваленої розпорядженням уряду Концепції реформування місцевих бюджетів розпочато його запровадження на рівні місцевих скарбниць [2].

Згідно із Концепцією застосування програмно-цільового методу у бюджетному процесі метою його запровадження є встановлення безпосереднього зв'язку між виділенням бюджетних коштів та результатами їх використання.

Основними принципами програмно-цільового методу є:

- забезпечення прозорості бюджетного процесу, що чітко визначає цілі й завдання, на досягнення яких витрачаються бюджетні кошти, підвищення рівня контролю за результатами виконання бюджетних програм;
- упорядкування організації діяльності головного розпорядження бюджетних коштів щодо формування й виконання бюджетних програм шляхом чіткого розмежування відповідальності за реалізацію кожної бюджетної програми між визначеними головним розпорядником бюджетних коштів і відповідальними виконавцями бюджетних програм;
- посилення відповідальності головного розпорядника бюджетних коштів та відповідності бюджетних програм законодавчо визначеній меті його діяльності, а також фінансового забезпечення бюджетних програм і результатів їх виконання;
- підвищення якості розробки бюджетної політики, ефективності розподілу й використання бюджетних коштів [2].



Основними перешкодами на шляху до повноцінного впровадження програмно-цільового методу в Україні є:

- відсутність загальнодержавних і регіональних стратегічних орієнтирів розвитку, а також якісного та зрозумілого стратегічного планування на рівні головних розпорядників бюджетних коштів;
- нереформованість більшості галузей економіки, що ускладнює застосування прогресивних технологій бюджетування;
- недостатня обізнаність фахівців провідних державних установ та органів місцевого самоврядування із надбанням світової фінансової теорії і практики та вітчизняної фінансової науки;
- недосконалість управління державним і місцевими бюджетами, форм і методів бюджетного менеджменту, відсутність реального планування й прогнозування бюджету на середньо- та довгостроковий періоди на підставі новітніх світових бюджетних технологій, успішно застосовуваних у Західній Європі [4].

Ефективність реалізації програмно-цільового методу може бути підвищена шляхом розвитку адаптивних структур, що ґрунтується на використанні інструментів проектного менеджменту. Такий підхід дасть змогу підвищити оперативність здійснення відповідних заходів, сприятиме прозорості формування й використання коштів, залученню громадськості до розв'язання проблем територіальних громад. Послідовність та ефективність діяльності органів влади залежать від системності стратегічного бачення основних напрямів розвитку головних розпорядників коштів у довгостроковій перспективі. Такий підхід дає змогу скоординувати дії всіх органів влади, а також урахувати специфіку кожної галузі для досягнення визначених стратегічних цілей.

Таким чином, аналіз досвіду США щодо запровадження програмно-цільового методу дає підстави визначити перспективи його застосування в Україні.

1. Не слід удосконалювати методологію програмно-цільового методу в усіх міністерствах та відомствах одночасно. Доцільно вдосконалювати методологію цього методу на окремих пілотних міністерствах і відомствах, адаптуючи нові технології до існуючої бюджетної практики із подальшим розповсюдженням отриманого досвіду на інші міністерства.

2. Ефективне запровадження програмно-цільового методу передбачає наявність системи фінансового контролю, звітності та аудиту. обов'язковим елементом є побудова систем моніторингу й оцінки виконання програм.

3. Програмно-цільовий метод є лише одним з елементів цілої низки реформ державного управління, спрямованих на покращення діяльності державних установ. Неможливо забезпечити підвищення ефективності видатків бюджету за рахунок удосконалення лише управлінської технології без удосконалення бюджетного процесу.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Юшко С. В.

Література: 1. Про схвалення Концепції застосування програмно-цільового методу в бюджетному процесі : Розпорядження Кабінету Міністрів України від 14.09.2002 № 538-р. // База даних «Законодавство України» / Верховна Рада України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/538-2002-%D1%80>. 2. Про схвалення Концепції реформування місцевих бюджетів : Розпорядження Кабінету Міністрів України від 23.05.2007 № 308-р // База даних «Законодавство України» / Верховна Рада України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/308-2007-%D1%80>. 3. Бюджетирование, ориентированное на результаты: анализ мирового опыта и возможностей его распространения в России. URL: http://web-local.rudn.ru/web-local/search/search_stud.php. 4. Юшко С. В. Спеціальний фонд у складі доходів державного бюджету України: особливості формування та використання. *Фінанси України*. 2017. № 4. С. 22–41.



ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ВИЗНАЧЕННЯ СУТНОСТІ ІННОВАЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

УДК 658.23

Гладка Н. О.

Магістрант 2 року навчання
факультету менеджменту і маркетингу ХНЕУ ім. С. Кузнеця

***Анотація.** Досліджено й систематизовано теоретико-методичні підходи до визначення сутності інноваційного потенціалу підприємства. На підставі системного та комплексного підходів запропоновано узагальнююче визначення сутності поняття інноваційного потенціалу.*

***Ключові слова:** підприємство, організація, фінанси, потенціал підприємства, інновація, інноваційний потенціал, теоретико-методичні підходи.*

***Аннотация.** Исследованы и систематизированы теоретико-методические подходы к определению сущности инновационного потенциала предприятия. На основании системного и комплексного подходов предложено обобщающее определение сущности понятия инновационного потенциала.*

***Ключевые слова:** предприятие, организация, финансы, потенциал предприятия, инновация, инновационный потенциал, теоретико-методические подходы.*

***Annotation.** Theoretical and methodical approaches to the definition of the essence of the innovative potential of an enterprise are investigated and systematized. On the basis of a systematic and integrated approach, a generalized definition of the essence of the concept of innovative potential is proposed.*

***Keywords:** enterprise, organization, finance, enterprise potential, innovation, innovation potential, theoretical and methodological approaches.*

Підвищення ефективності й розвиток інноваційної діяльності потребують передусім систематичної розробки нових понять, які б надавали змогу комплексно окреслити всі її аспекти в цілому й зробити наголос на найважливіших її основах.

Вагомий внесок у дослідження сутності інноваційного потенціалу зробили Ілляшенко С. М., Балабанова Л. В., Федонін О. С., Репіна І. М., Олексюк О. І., Фоміна С. А., Білоусов Д. А. та ін. Однак, незважаючи на наявність численних теоретичних розробок, багато аспектів тлумачення сутності інноваційного потенціалу залишаються дискусійними і недостатньо дослідженими.

Метою написання статті є дослідження підходів науковців до визначення сутності поняття інноваційного потенціалу.

Поняття інноваційного потенціалу нещодавно увійшло до економічної науки як економічна категорія, але у сучасній літературі відсутнє однозначне визначення його сутності.

Так, Ілляшенко С. М. під інноваційним потенціалом розуміє деяку критичну масу ресурсів господарюючого суб'єкта (інтелектуальних, науково-дослідних, інформаційних), необхідну й достатню для його розвитку на підставі постійного пошуку та використання нових сфер і способів реалізації ринкових можливостей, які відкриваються перед ним, що є пов'язаним із модифікацією існуючих і формуванням нових ринків збуту [2].

Балабанова Л. В. під інноваційним потенціалом розуміє сукупність окремих видів ресурсів: матеріальних, інтелектуальних, інформаційних та ін., що є необхідними для здійснення інноваційної діяльності [1].

Ресурси є вагомою складовою інноваційного потенціалу, але лише їх наявність не забезпечує ефективне використання в процесі інноваційної діяльності. У такому разі можна говорити про сукупність ресурсів як сталий набір, який є необхідним, але він потребує певних дій, що забезпечили б інноваційний розвиток підприємству та сприяли досягненню поставлених ним цілей.

До інноваційного потенціалу також належать поняття, що характеризують внутрішню спроможність (готовність, здатність) інноваційного середовища, у якому перебуває підприємство, здійснювати цілеспрямовану діяльність щодо залучення необхідних виробничих ресурсів із подальшим їх перетворенням для формування інноваційного продукту.



Федонін О. С., Репіна І. М., Олексюк О. І. визначають інноваційний потенціал як сукупні можливості підприємства щодо генерації, сприйняття й упровадження нових радикальних і модифікованих ідей для його системного технічного, організаційного та управлінського оновлення. Чорна М. В. визначає інноваційний потенціал як спроможність підприємства розробляти й упроваджувати нововведення згідно із необхідними якісними стандартами задля адаптації до змін у зовнішньому середовищі [6]. Науковці Міляєва Л. Г., Фоміна С. А., Білоусов Д. А. розглядають інноваційний потенціал підприємства як можливості певної системи [4].

Російський науковець Кочетков С. В. визначає інноваційний потенціал як здатність досягати за наявних ресурсів поставлених інноваційних цілей, тим самим пов'язуючи в єдине ціле ресурси, спроможності та цілі суб'єкта господарювання [3].

Як засвідчує аналіз визначень, більшість науковців керується так званим ресурсним підходом, тобто розглядають інноваційний потенціал як сукупність ресурсів, виділяючи найчастіше такі його елементи, як кадровий, інформаційно-технологічний, організаційний і матеріально-технічний. Окремо виділяють фінансово-економічну складову, що утворює сукупність фінансових ресурсів, використовуваних безпосередньо для ведення інноваційної діяльності, і виконує роль кількісної оцінки цих ресурсів. Усі складові мають бути узгоджені між собою і виконувати відповідні функції згідно із механізмом їх використання. Так, фінансово-економічна складова інноваційного потенціалу забезпечує надходження коштів для здійснення інноваційних процесів, стимулює та створює відповідне середовище для розробки й упровадження інновацій, впливає на тематику інноваційних проектів згідно із потребами розвитку самої інноваційної сфери, сприяє ефективному формуванню витрат на інновації.

Проведений аналіз дозволив визначити, що деякі автори акцентують увагу на наявності ресурсів у процесі господарювання економічних суб'єктів, інші – на можливості їх використання. Більшість науковців використовують так званий ресурсний підхід, тобто розглядають інноваційний потенціал як сукупність ресурсів.

Таким чином, аналіз поглядів різних науковців і результати власних досліджень дають підстави розглядати інноваційний потенціал підприємства як спроможність комплексної економічної системи до інноваційної діяльності й розвитку із використанням усіх наявних необхідних ресурсів (виробничих, наукових, фінансових, маркетингових, кадрових, організаційних) і можливостей підприємства задля отримання конкурентних переваг у довгостроковій перспективі.

Науковий керівник – д-р екон. наук, професор Ястремська О. М.

Література: 1. Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні : Закон України від 16.07.1999 № 996-XIV // База даних «Законодавство України» / Верховна Рада України. URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/996-14>. 2. Чирко Д. М. МСФЗ як елемент виходу на валютний ринок. *Проблеми теорії та методології бухгалтерського обліку, контролю і аналізу*. 2009. № 3. С. 332–345. 3. Трачова Д. М., Сахно Л. А. Перехід на міжнародні стандарти обліку і звітності: проблеми і перспективи. Мелітополь : Люкс, 2012. 286 с. 4. Мисака Г. В., Бабинець О. В. Позитивні та негативні наслідки переходу українських підприємств на МСФЗ. URL: <http://ena.lp.edu.ua:8080/bitstream/ntb/22886/1/2-Babynets-7-8.pdf>. 5. Міжнародні стандарти фінансової звітності / Міністерство фінансів України. URL: <https://www.minfin.gov.ua/news/bjudzhet/mizhnarodni-standarti-finansovoi-zvitnosti?icon=1>.



ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ ПРОДУКЦІЇ ПІДПРИЄМСТВА

УДК УДК 658.562

Гончарова Д. С.

Магістрант 2 року навчання
факультету менеджменту і маркетингу ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. Визначено сутність і значення управління якістю продукції підприємства. Проаналізовано основні функції, способи та методи, що дають змогу оцінити якість продукції підприємства й управляти нею. Конкретизовано особливості застосування ефективних сучасних методів і засобів визначення якості продукції та її компетенції.

Ключові слова: підприємство, організація, виробництво, виробнича діяльність, продукція, споживання, якість продукції, методи управління якістю продукції.

Аннотация. Определены сущность и значение управления качеством продукции предприятия. Проанализированы основные функции, способы и методы, позволяющие оценить качество продукции предприятия и управлять им. Конкретизированы особенности применения эффективных современных методов и средств определения качества продукции и ее компетенции.

Ключевые слова: предприятие, организация, производство, производственная деятельность, продукция, потребление, качество продукции, методы управления качеством продукции.

Annotation. The essence and importance of product quality management of an enterprise are determined. Analyzed the main functions, methods and methods to assess the quality of enterprise products and manage them. Specific features of the use of effective modern methods and means of determining product quality and its competence are specified.

Keywords: enterprise, organization, production, production activities, products, consumption, product quality, product quality management methods.

Багаторічний досвід провідних компаній розвинених країн світу засвідчує, що здобути успіх на ринку можна завдяки вдосконаленню системи управління якістю. Сьогодні, говорячи про якість, мають на увазі не стільки гатунк самої продукції, скільки якість функціонування підприємств і організацій, досконалість їх систем управління якістю, націлених на постійне самовдосконалення й задоволення існуючої потреби на ринку.

Вважають, якщо підприємство отримало сертифікат відповідності системи управління якістю міжнародним стандартам ISO 9000, воно здатне стабільно виготовляти якісну продукцію, що може бути конкурентоспроможною. Більшість фірм світу використовують для цього міжнародні стандарти ISO серії 9000 та похідні від них QS 9000, ISO 14000 [4]. Питання забезпечення й підвищення якості продукції є актуальним для підприємств усіх країн світу. Від її розв'язання значною мірою залежить успіх і ефективність національної економіки.

Вагомий внесок у вивчення історії розвитку, а також у розробку теорії та методології управління якістю продукції зробили Фейгенбаум А., Тагуті Г., Вадсворд Х., Сейфі Т., Ребрін Ю., Тимошенко В., Круглов М., Крижанівський І., Лосицький О., Корнеева Т., Коротков Е. та ін.

Метою написання статті є теоретичне обґрунтування визначення системи управління якістю продукції підприємства.

Проблема якості є найважливішим фактором підвищення рівня життя, економічної, соціальної та екологічної безпеки. Якість є комплексним поняттям, що характеризує ефективність усіх сторін діяльності: розробки стратегії, організації виробництва, маркетингу та ін.

Аналіз літератури, присвяченої проблемі управління якістю продукції, дає підстави визначати якість продукції як процес, що охоплює виявлення характеру й обсягу потреб у продукції, оцінку фактичного рівня її якості, розробку, вибір і реалізацію заходів щодо забезпечення запланованого рівня якості продукції [1–4].

Управління якістю є скоординованою діяльністю, що полягає у спрямуванні й контролі організації щодо якості [2]. Управління якістю продукції є сукупністю взаємозалежних і взаємодіючих елементів для розробки політики та цілей щодо якості й досягнення поставлених цілей за допомогою скоординованої діяльності в обраному напрямку й відповідного управління організацією [3].

Якість продукції є мірою, до якої сукупність власних характеристик продукції задовольняє вимоги [4].

Для постійного покращення діяльності і, як наслідок, підвищення конкурентоспроможності організації на вітчизняному та світовому ринках застосовують систему управління якістю «ISO 9000».

Сертифікація системи управління якістю надає певні переваги:

- перспективи отримання визнання на ринках, у тому числі міжнародних;
- можливість брати участь у тендерах, де висувують вимоги щодо наявності системи управління якістю;
- отримання довіри споживачів;
- безперервне вдосконалення якості продукції та процесів;
- використання наукових підходів при вирішенні задач;
- попередження причин дефектів [1].

Сертифікація за ISO 9000 є корисним рекламним інструментом формування корпоративної культури, зокрема щодо якості продукції. Для управління якістю використовують економічні, організаційно-розпорядницькі, виховні методи, а також методи матеріального стимулювання [4].

Економічні методи забезпечують створення економічних умов, що спонукають колективи підприємств, конструкторських, технологічних та інших організацій вивчати запити споживачів, створювати, виготовляти й обслуговувати продукцію, що задовольняє ці потреби та запити.

Організаційно-розпорядницькі методи є здійснюваними за допомогою обов'язкових для виконання директив, наказів, вказівок керівників. До організаційно-розпорядницьких методів управління якістю продукції належать також вимоги нормативної документації.

Виховні методи впливають на свідомість і настрої учасників виробничого процесу, спонукають їх до високоякісної праці та чіткого виконання спеціальних функцій управління якістю продукції.

Методи матеріального стимулювання передбачають, з одного боку, заохочення працівників до створення та виготовлення високоякісної продукції, а з іншого – стягнення за заподіяний збиток від її поганої якості.

Управління якістю продукції є цільовою підсистемою системи управління підприємством, об'єктом якої є якість продукції, а також фактори й умови, що на неї впливають [4].

Основний стандарт підприємства характеризує систему в цілому: основну мету системи, об'єкти, критерії ефективності, структуру основних функцій, схему організаційної структури управління, розподіл функцій управління між ланками організаційної структури, склад системи, методи забезпечення функціонування системи на всіх етапах виробничого процесу.

Управління якістю продукції виконує такі основні функції:

- прогнозування потреб, технічного рівня та якості продукції;
- нормування вимог до якості продукції;
- оцінки та сертифікації продукції;
- організації розробки й постановки продукції на виробництво;
- стимулювання підвищення якості продукції;
- внутрішньовиробничого обліку і звітності щодо якості продукції;
- техніко-економічного аналізу поліпшення якості продукції [4].

Таким чином, сучасне управління якістю на підприємстві, незалежно від форми власності і масштабу виробничої діяльності, має оптимально сполучати дії, методи й засоби, що забезпечують, з одного боку, виготовлення продукції, що задовольняє поточні запити та потреби ринку, а з іншого – розробку нової продукції, здатної задовольняти майбутні запити й потреби ринку.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Гаврильченко О. В.

Література: 1. Багаутдинова Н. К. Формирование системы менеджмента качества. *Проблемы теории и практики управления*. 2006. № 1. С. 17–21. 2. Ольдерогге Н. Менеджмент четвертого поколения: современная концепция менеджмента. *Менеджмент*. 2008. № 11. С. 62–65. 3. Ребрин Ю. И. Управление качеством : учебное пособие. Таганрог : Изд-во ТРТУ, 2004. 174 с. 4. Тимошенко В. М. Економіка якості : конспект лекцій. Харків : ХНАМГ, 2010. 90 с.

АНАЛІЗ ТА ОЦІНКА ФІНАНСОВОЇ СТІЙКОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

УДК 658.14

Грабар В. Ю.

Студент 4 курсу
фінансового факультету ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. Подано результати дослідження технології аналізу й оцінювання фінансової стійкості підприємства. За застосування програмного продукту Ramus розроблено її модель в нотації IDEF0. Розглянуто реалізацію етапів цієї моделі.

Ключові слова: підприємство, організація, фінанси, фінансова стійкість, IDEF0, технологія оцінки фінансової стійкості.

Аннотация. Представлены результаты исследования технологии анализа и оценки финансовой устойчивости предприятия. С применением программного продукта Ramus разработана ее модель в нотации IDEF0. Рассмотрена реализация этапов этой модели.

Ключевые слова: предприятие, организация, финансы, финансовая устойчивость, IDEF0, технология оценки финансовой устойчивости.

Annotation. The results of the research technology analysis and evaluation of the financial sustainability of the enterprise are presented. With the use of software Ramus developed its model in the notation IDEF0. The implementation of the stages of this model is considered.

Keywords: enterprise, organization, finance, financial sustainability, IDEF0, technology for assessing financial sustainability.

За сучасних умов основною проблемою ефективного функціонування вітчизняних підприємств є недостатньо якісний підхід до оцінювання фінансової стійкості підприємства, за допомогою якого можна виявити слабкі сторони його фінансового стану та визначити шляхи вдосконалення управління фінансовою стійкістю підприємства. Аналіз та оцінювання фінансової стійкості підприємства є необхідною складовою покращення фінансового здоров'я підприємства, передумовою для прийняття рішень щодо його подальшого розвитку.

Питання вдосконалення процесу аналізу й оцінювання фінансової стійкості підприємства завжди були об'єктом уваги зарубіжних і вітчизняних науковців і практиків. Значний внесок у вирішення цих проблем зробили Абрютіна М. С., Кизим М. О., Конопляник Т. М., Русіна Ю. О., Базілінська О. Я., Варналій З. С., Власова Н. О., Докієнко Л. М., Самсонова К. В., Яловий Г. К. та ін. Однак, незважаючи на наявність численних теоретичних розробок, присвячених дослідженню фінансової стійкості підприємства, залишаються недостатньо опрацьованими питання формування технології аналізу й оцінювання фінансової стійкості підприємства.

Метою написання статті є розробка технології аналізу й оцінювання фінансової стійкості для підприємств машинобудівної галузі.

За сучасних економічних умов більшість підприємств мають дуже складне фінансове становище. На діяльність підприємства негативно впливають не лише фактори зовнішнього середовища, а й відсутність відповідного рівня фінансової стійкості підприємства. У період економічної та політичної кризи основним завданням будь-якого підприємства є забезпечення й управління його фінансовою стійкістю.

Фінансово стійким є підприємство із високими показниками платоспроможності, кредитоспроможності, рентабельності, ліквідності балансу. Основним індикатором оцінки фінансового стану будь-якого суб'єкта господарювання є показники його фінансової стійкості [3; 4]. Фінансову стійкість підприємства слід розглядати комплексно, із урахуванням різних аспектів фінансово-господарської діяльності суб'єкта підприємництва. Фінансова стійкість суб'єктів господарювання є визначуваною сукупністю показників, що відображають наявність, розміщення й використання ресурсів підприємства, його реальні та потенційні фінансові можливості. Вона безпосередньо впливає на ефективність підприємницької діяльності суб'єкта господарювання [5].

Розробку технології аналізу й оцінювання фінансової стійкості підприємства проведено в нотації IDEF0 із застосуванням програмного продукту Ramus.

Функціональна модель аналізу й оцінювання фінансової стійкості підприємства дозволяє перетворити вхід, тобто інформацію про фінансовий стан підприємства, у вихід, поданий звітом про рівень фінансової стійкості та



заходами щодо покращення рівня фінансової стійкості підприємства; процес відображається за допомогою контекстної діаграми.

Блок вхідної інформації аналізу фінансової стійкості підприємства представлений фінансовою звітністю суб'єкта підприємництва (балансом і звітом про фінансові результати). Блок управління процесом охоплює методику проведення таксономічного та факторного, фінансового аналізу та НП(С)БО. Механізм процесу аналізу фінансової стійкості підприємства складається з фінансового аналітика та фінансового директора.

На наступному етапі моделювання відбувається декомпозиція контекстної діаграми, унаслідок чого формується діаграма, що відображає структуру, тобто сукупність етапів відповідного процесу. Модель декомпозиції процесу аналізу й оцінювання фінансової стійкості підприємства подано у вигляді структурної схеми на рис. 1 [3–5].

Декомпозиція функціональної моделі аналізу фінансової стійкості підприємства дозволяє виділити функціональні підсистеми, відповідно до яких процес оцінювання передбачає такі етапи: формування інформаційної бази для проведення аналізу фінансової стійкості, експрес-аналіз фінансового стану, оцінювання фінансової стійкості підприємства, дослідження факторів, що впливають на фінансову стійкість, та формування аналітичних висновків.

Зауважимо, що інтерфейсні дуги переходять із контекстної діаграми на дочірні з урахуванням відповідного їх змісту. Блоки пов'язані один із одним за допомогою послідовних дій, що дозволяє наочно відобразити інформаційні потоки.

Результат кожного попереднього етапу є вхідними даними для реалізації наступних етапів. З графічного подання процесу аналізу й оцінювання фінансової стійкості підприємства (рис. 1) видно, що початковим етапом цієї технології є формування інформаційної бази для проведення аналізу фінансової стійкості. Цей етап полягає у систематизації інформації про результати діяльності підприємства на підставі даних фінансової та бухгалтерської звітності, що є необхідними для оцінювання фінансового стану підприємства у зручнішому для аналізу вигляді.

Вхідною інформацією для реалізації наступного етапу технології є інформаційна база. Механізмами першого блоку є фінансовий директор, фінансових аналітик та економіст. Інтерфейсною дугою управління для цього бізнес-процесу є НП(С)БО.

На другому етапі здійснюється експрес-аналіз фінансового стану, основними цілями якого є загальне оцінювання діяльності підприємства, його фінансового стану, виявлення структури та динаміки зміни основних показників фінансової звітності. Входом цього бізнес-процесу є інформаційна база, виходом – результати експрес-аналізу, механізмом – фінансовий директор та економіст, управлінням – методика фінансового аналізу.

Третій етап цієї технології полягає у здійсненні оцінювання фінансової стійкості. Основним завданням оцінювання фінансової стійкості є визначення спроможності підприємства протистояти негативній дії різних факторів (зовнішніх, внутрішніх і непередбачуваних), що впливають на його фінансовий стан. Вхідною інформацією на цьому етапі є розраховані показники експрес-аналізу на другому кроці реалізації поданої технології. Вхідною інформацією для бізнес-процесу є результати експрес-аналізу, вихідною – результати оцінювання фінансової стійкості, механізмом – економіст, управлінням – методика фінансового та таксономічного аналізу.

На четвертому етапі технології аналізу й оцінювання фінансової стійкості підприємства досліджують фактори, що впливають на фінансову стійкість, оскільки вони можуть спричинити виникнення кризових явищ, банкрутство і навіть призвести до ліквідації підприємства. Вхідною інформацією на цьому етапі є результати оцінювання фінансової стійкості. Інтерфейсні дуги виходу – досліджені фактори впливу, механізмом – економіст, управлінням – методика факторного аналізу.

На п'ятому етапі розробленої технології формують аналітичні висновки щодо стану фінансової стійкості підприємства. Вхідною інформацією на цьому етапі є фактори впливу на фінансову стійкість, результатом – звіт про рівень фінансової стійкості, механізмом – фінансовий директор, управлінням – НП(С)БО.

Реалізацію перших двох етапів технології аналізу й оцінювання фінансової стійкості проведено за даними фінансової звітності машинобудівного підприємства ПАТ «Завод Південкабель» за 2014–2016 рр.

На наступному етапі відбувалося оцінювання фінансової стійкості підприємства на засадах коефіцієнтного підходу. Методичний підхід до визначення фінансової стійкості за допомогою фінансових коефіцієнтів є найпоширенішим [3; 5]. До основних показників, використовуваних вітчизняними та зарубіжними вченими для оцінювання фінансової стійкості підприємства, належать коефіцієнти:

- автономії, визначають як відношення загальної суми власних коштів до підсумку балансу, характеризує ступінь незалежності підприємства від зовнішніх запозичень;
- фінансової залежності: зростанням цього коефіцієнта зумовлено збільшення частки позичених коштів у фінансуванні підприємства; є показником, оберненим до коефіцієнта автономії;
- забезпеченості власними оборотними коштами; відображає частину оборотних активів, фінансовану за рахунок власного капіталу;

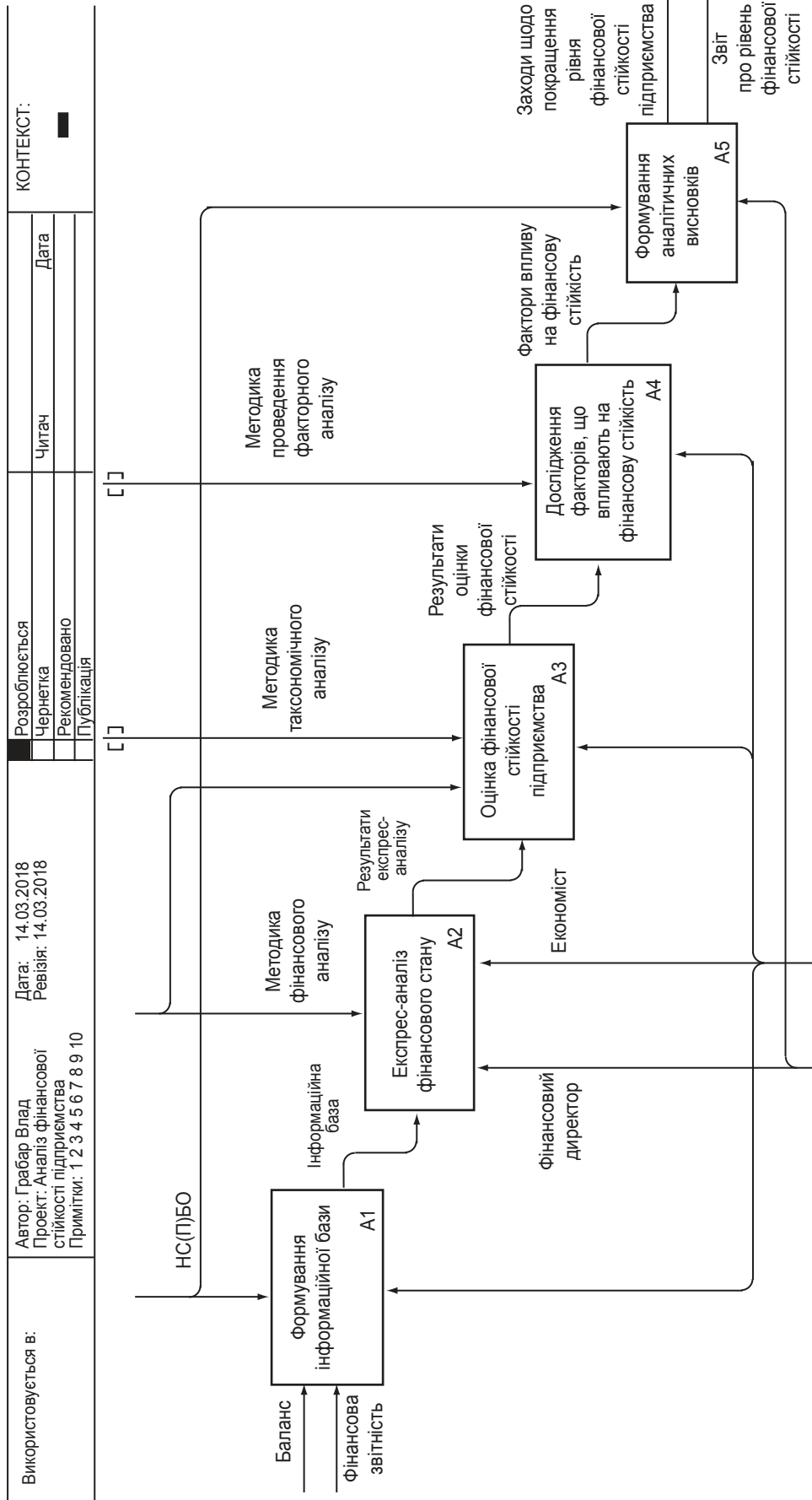


Рис. 1. Декомпозиція контекстної діаграми аналізу й оцінювання фінансової стійкості підприємства

- маневреності власного капіталу, визначають як відношення власного капіталу до оборотних активів;
- поточних зобов'язань, характеризує питому вагу поточних зобов'язань у загальній сумі зобов'язань;
- співвідношення необоротних і власних коштів, відображає рівень забезпеченості необоротних активів власними коштами;
- довгострокових зобов'язань, характеризує частку довгострокових зобов'язань у загальній сумі джерел зобов'язань;
- співвідношення власного та залученого капіталу; демонструє, скільки гривень власного капіталу припадає на 1 грн залученого капіталу, а також характеризує фінансову стійкість підприємства [3; 5].

Результати розрахунку показників фінансової стійкості ПАТ «Завод Південкабель» на кінець 2014–2016 рр. подано у табл. 1 [3; 5].

Результати розрахунку значень часткових показників для підприємства машинобудівної галузі дозволили визначити інтегральний рівень його фінансової стійкості за 2014–2016 рр. із застосуванням таксономічного аналізу. Динаміку зміни інтегрального рівня фінансової стійкості ПАТ «Завод Південкабель» подано на рис. 2 [3; 5].

Таблиця 1

Результат розрахунку показників фінансової ПАТ «Завод Південкабель», 2014–2016 рр.

Показник	2014	2015	2016	Відхилення	
				2015/2014	2016/2015
Коефіцієнт автономії	0,73	0,75	0,74	0,02	0,01
Коефіцієнт фінансової залежності	0,22	0,24	0,24	0,02	0
Коефіцієнт забезпечення власними оборотними коштами	0,52	0,59	0,62	0,07	0,3
Коефіцієнт маневреності власного капіталу	1,6	1,86	1,76	0,26	-0,1
Коефіцієнт поточних зобов'язань	0,33	0,47	0,63	0,13	0,16
Коефіцієнт співвідношення необоротних і власних коштів	0,43	0,77	0,78	0,34	0,01
Коефіцієнт довгострокових зобов'язань	0,30	0,53	0,36	0,23	-0,17

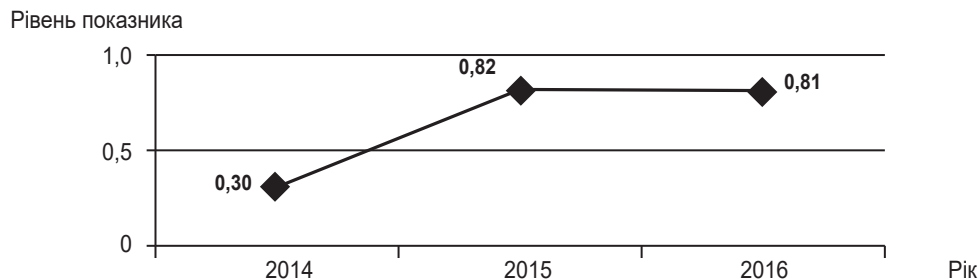


Рис. 2. Динаміка зміни рівня інтегрального показника фінансової стійкості ПАТ «Завод «Південкабель», 2014–2016 рр.

Розрахунок інтегрального показника із застосуванням таксономічного аналізу дозволив визначити, що для ПАТ «Завод «Південкабель» характерною є динаміка зростання рівня фінансової стійкості. За результатами проведених розрахунків можна стверджувати, що інтегральний рівень фінансової стійкості ПАТ «Завод Південкабель» є досить високим, адже його значення впродовж останніх двох років наближене до максимально можливого.

Таким чином, запобігання кризовим явищам у діяльності підприємств, гарантування стабільності їх фінансового стану та ефективності управління ними за умов фінансової кризи неможливо забезпечити без своєчасного й об'єктивного дослідження фінансової стійкості підприємства. Подальше вивчення технології аналізу й оцінювання фінансової стійкості має бути спрямоване на визначення внутрішніх і зовнішніх факторів впливу на фінансовий стан підприємств машинобудівної галузі в цілому і на їх фінансову стійкість зокрема.

Науковий керівник – канд. екон. наук, старший викладач Лелюк С. В.

Література: 1. Базилінська О. Я. Фінансовий аналіз: теорія та практика : навч. посіб. Київ : Центр навч. літ., 2009. 328 с. 2. Головка В. І., Мінченко А. В., Шаманська В. М. Фінансово-економічна діяльність підприємства: контроль, аналіз та безпека. Київ : Центр навч. літ., 2006. 448 с. 3. Гордєєва Ю. С. Аналіз ліквідності та платоспроможності

підприємства. *Держава та регіони*. 2006. № 3. С. 372–375. **4.** Лахтіонова Л. А. Фінансовий аналіз суб'єктів господарювання : монографія. Київ : КНЕУ, 2001. 388 с. **5.** Павловська О. В., Припуляк Н. М., Невмержицька Н. Ю. Фінансовий аналіз : навч. посіб. Київ : КНЕУ, 2005. 592 с. **6.** Савицька П. В. Економічний аналіз діяльності підприємства: навч. посіб. Київ : Знання, 2005. 662 с.

USE CASES OF DIFFERENT ORGANISATIONAL STRUCTURE TYPES

UDC 65.014

G. Gres

Undergraduate 2 years of study
Faculty of Management and Marketing of KhNEU S. Kuznets

Annotation. Analyzed various types of organizational structures, concretized their main features. Detailed characteristics of non-traditional and rarely used organizational structures.

Keywords: enterprise, organization, finance, management, types of organizational structures, organization leaders, employees.

Анотація. Проаналізовано різні види організаційних структур, конкретизовано їх основні особливості. Деталізовано характерні риси нетрадиційних і рідко застосовуваних організаційних структур.

Ключові слова: підприємство, організація, фінанси, менеджмент, типи організаційних структур, керівництво організації, співробітники.

Аннотация. Проанализированы различные виды организационных структур, конкретизированы их основные особенности. Детализированы характерные черты нетрадиционных и редко применяемых организационных структур.

Ключевые слова: предприятие, организация, финансы, менеджмент, типы организационных структур, руководство организации, сотрудники.

The problem of having the correct organizational structure at the company that fit to the company's industry, culture and current market condition is very crucial for company success. The author thinks that the detailed research on the types and kinds of organizational structures is interesting and will bring the understanding to the reader of how the company structure may be changes or improved in the future.

In the solving of the problem have been involved such scientists, as Weber M., Olivia R., Fried J. and Lepeyko T., but the problem is not fully disclosed.

The goal of this article is to reveal the essence, purpose and describe the organizational structures' main types.

Organisational structure is the method of distribution and combination of heterogeneous activities, coordination and control, as well as the method of distribution of power and competence at the enterprise [1].

The traditional model of organisational structure is easily represented in a graphical form by an organisational chart. It is a hierarchical or pyramidal structure with a president or other executive at the top, a small number of vice presidents or senior managers under the president, and several layers of management below this, with the majority of employees at the bottom of the pyramid. The number of management layers depends largely on the size of the organisation [3].

One approach that attempts to overcome the inadequacies is the matrix structure, which is the combination of two or more different structures. These personnel are responsible to two managers in such a structure type.

Matrix organizational structure has the kinds of structure shown in Tab. 1 [3].

Table 1

Kinds of Matrix Organisational Structure

Kinds	Description
Strong Matrix Structure	In strong matrix organisations, most of the power and authority is held by the project manager. The project manager has a full-time role, has a full-time project management administrative staff under him, and controls the project budget
Balanced Matrix Structure	In balanced matrix organisations, power and authority are shared between the functional managers and the project managers. Although the project manager has a full-time role, he will have a part time or otherwise limited project management administrative staff under him. In this type of structure, both managers control the project's budget
Weak Matrix Structure	In weak matrix organisations, the project manager will have limited power and authority. He will have a part-time role and no administrative staff will report to him. His role will be more like a coordinator or an expeditor. Here, the functional manager controls the project budget. A weak matrix organisation structure resembles the characteristics of a functional organisation structure

Large multinational corporations that use a matrix structure most commonly combine product groups with geographic units. Product managers have global responsibility for the development, manufacturing, and distribution of their own product or service line, while managers of geographic regions have responsibility for the success of the business in their regions [3].

There are also a few of new kinds of organisational structures, which become more popular nowadays. Participative organisational structure otherwise known as employee involvement or participative decision making encourages the involvement of stakeholders at all levels of an organisation in the analysis of problems, development of strategies, and implementation of solutions. Other forms of participative management include increasing the responsibility of employees (job enrichment); forming self-managed teams, quality circles, or quality-of-work-life committees; and soliciting survey feedback. Participative management, however, involves more than allowing employees to take part in making decisions. The most extensive form of participative management is direct employee ownership of a company [2].

A network form of organisation is concerned with collection of members that pursue repeated, enduring exchange relations with one another and resolve disputes that may arise during the exchange. A flatter structure, which is shown on Fig. 1, seeks to open up the lines of communication and collaboration while removing layers within the organisation. Flat organisations like every other type of structure, also have their own challenges. For starters, informal hierarchies automatically get created based on seniority; people who are at the company longer just tend to be viewed as being more senior. The lack of structure can also make accountability and reliability a bit of an issue as well. Somewhere in between hierarchies and flat organisations lie flatarchies (Fig. 1) [2]. These types of companies are a little bit of both structures. They can be more hierarchical and then have ad-hoc teams for flat structures or they can have flat structures and form ad-hoc teams that are more structured in nature. Organisations with this type of structure are very dynamic in nature and can be thought of a bit more like an amoeba without a constant structure [3].

Eventually, in real world hybrid organisational structures are often used, which can borrow elements from multiple structure types. Nevertheless, there is an organisational structure called Holacracy, which also has common points with classic organisational structures, but still provides very different and very important for this thesis point of view on the organisations working.

Supervisor – Doctor of Sciences (Economics), Professor Lepyko T. I.

Literature: 1. Лепейко Т. І., Пушкар О. І., Грузіна І. А. Методологія та технологія управління сучасними підприємствами: теоретичний та практичний аспекти : монографія / за заг. ред. Т. І. Лепейко. Харків : ХНЕУ, 2014. 324 с. 2. Coleman P. T. Implicit Theories of Organisational Power and Priming Effects on Managerial Power-Sharing Decisions : An Experimental Study. *Journal of Applied Social Psychology*. 2004. № 2. P. 297–321. 3. Organisational Structure. URL: <https://www.referenceforbusiness.com/management/Ob-Or/Organizational-Structure.html>.

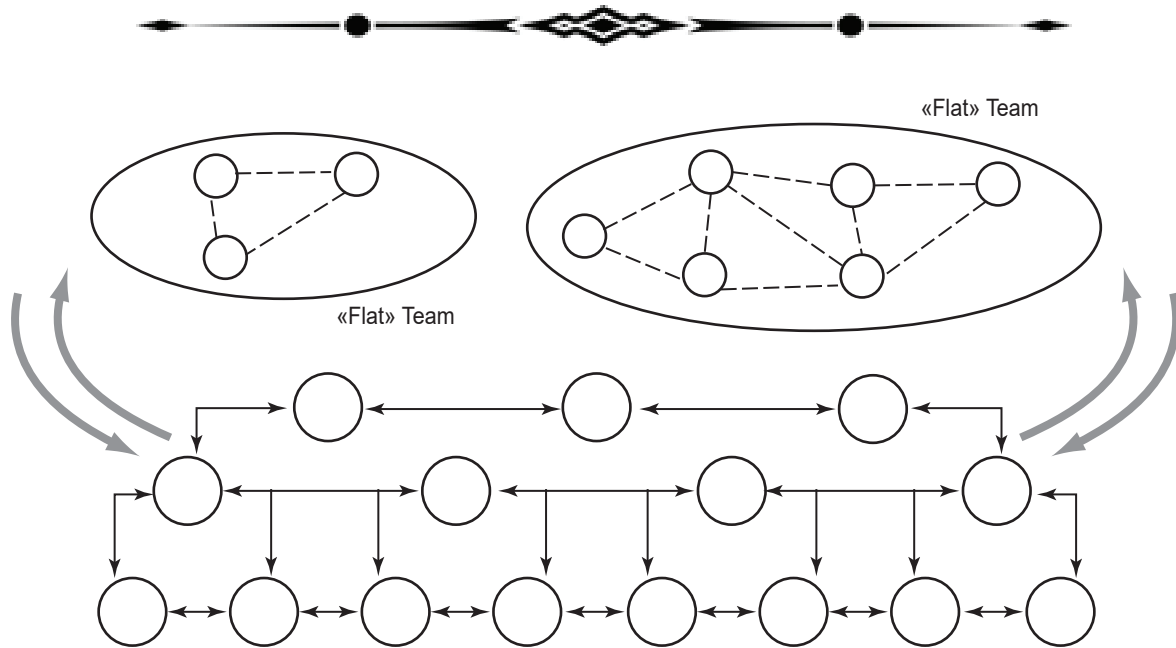


Fig. 1. Flatarchies organisational structure

КАДРОВІ РЕСУРСИ У СИСТЕМІ ЕКОНОМІЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ

УДК 331.522.4:65.011.4.004.14

Гринь В. Ю.

Студент 2 курсу
факультету міжнародних економічних відносин ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. Досліджено особливості та значення формування й ефективності використання кадрового потенціалу для загального розвитку економіки аграрних підприємств за умов ринкових форм господарювання й посиленої конкуренції.

Ключові слова: підприємство, організація, виробництво, сільське господарство, аграрне підприємство, агропромисловий комплекс (АПК), робоча сила, персонал, співробітники, кадри, трудові ресурси, кадровий потенціал, оцінка персоналу.

Аннотация. Исследованы особенности и значение формирования и эффективности использования кадрового потенциала для общего развития экономики аграрных предприятий в условиях рыночных форм хозяйствования и возросшей конкуренции.

Ключевые слова: предприятие, организация, производство, сельское хозяйство, аграрное предприятие, агропромышленный комплекс (АПК), рабочая сила, персонал, сотрудники, кадры, трудовые ресурсы, кадровый потенциал, оценка персонала.

Annotation. The features and importance of the formation and effectiveness of the use of personnel potential for the general development of the economy of agricultural enterprises in the conditions of market forms of management and increased competition are investigated.

Keywords: *enterprise, organization, production, agriculture, agricultural enterprise, agro-industrial complex (AIC), workforce, personnel, employees, personnel, labor resources, human potential, personnel evaluation.*

Формування кадрового потенціалу підприємства є надзвичайно важливою складовою процесу вдосконалення управління в організації. Складність і важливість цього процесу з особливою гостротою проявляється у галузі сільського господарства, що є зумовленим цілою низкою причин.

Для ефективної адаптації до трансформацій у зовнішньому середовищі аграрне підприємство має розробити дієвий механізм функціонування, у основу якого закладено стратегію управління кадровим потенціалом.

Проблематиці формування й ефективного використання трудових ресурсів та кадрового потенціалу аграрних підприємств присвячено наукові праці провідних науковців, серед них Олійник Т. І., Турчина С. Г., Білорус Т. В., Богиня Д. П., Бородіна О. М., Гавкалова Н. Л., Грішнова О. А., Дієсперова В. С., Кропивка М. Ф., Зінов'єва І. Ф., Лібанова Е. М., Шпикуляк О. Г., Юрчишин В. В., Якуба К. І. та ін.

Метою написання статті є з'ясування проблем, що виникають у процесі формування кадрового потенціалу сільськогосподарських підприємств, а також пошук шляхів їх розв'язання. У процесі дослідження застосовано статистико-економічний метод – при аналізі освітнього рівня фахівців, зайнятих у сільському господарстві; монографічний метод разом із методом індукції для узагальнення зарубіжного та вітчизняного досвіду застосування моделей компетенцій для відбору й атестації персоналу.

Основним фактором ефективності функціонування та сталого розвитку агропромислового виробництва є кадровий потенціал. У його складі особливе місце посідають кваліфіковані фахівці, працівники з вищою й середньою спеціальною освітою, у тому числі ті, хто бере участь у поповненні їх професійного складу, молоді фахівці.

Аналіз свідчить, що в Україні істотні демографічні та соціальні проблеми негативно позначаються на процесах формування й розвитку кадрового потенціалу. Низький рівень народжуваності та високий рівень смертності дітей зменшують демографічну основу майбутнього кадрового потенціалу. Існує проблема зниження рівня здоров'я та працездатності населення, зниження якості освітньо-професійної підготовки кадрів, її структурної невідповідності потребам виробництва. Через це відбуваються втрати людського й кадрового потенціалу, що негативно позначається на можливостях економічного зростання. Тому дослідження проблеми формування й використання кадрового потенціалу є нині надзвичайно актуальним.

Наростання кризових явищ у економіці аграрного сектора в трансформаційний період значно загострило цю проблему. Виникло серйозне протиріччя між потребою у висококваліфікованих, ерудованих, творчих, ділових та ініціативних фахівцях і створенням економічних, соціальних та організаційних умов для їх залучення та раціонального використання у сільському господарстві [2].

Зауважимо, що з кадровою проблемою стикаються не лише господарства, що перебувають у кризовому стані, але й економічно стійкі сільськогосподарські організації з ефективною динамікою відтворення, високими показниками рентабельності та конкурентними позиціями.

За сучасних умов використання трудових ресурсів є найскладнішим завданням будь-якого виробництва, оскільки тут доводиться мати справу із людським капіталом. Як ресурс робоча сила характеризується низкою неординарних умов. Здатність конкретного працівника трудитися є пов'язаною з його фізичними та інтелектуальними якостями, тобто здібностями, які найчастіше неможливо визначити. Попит і пропозиція на ринку праці сегментовані за професійною кваліфікацією працівників, через що перехід працівника з одного сегмента до іншого є пов'язаним із великими витратами. До того ж робоча сила є мобільною, що може залежно від обставин спрощувати або ускладнювати умови наймання. Основною особливістю є те, що трудові ресурси, будучи невід'ємними від людини та її потреб в раціональному середовищі існування, охоплюють соціальний, психологічний, політичний, екологічний та інші аспекти [3].

Сама термінологія, що характеризує трудові ресурси агропромислового комплексу, у науковій літературі сприймається неоднозначно. Так, Вильховченко В. Д. наполягає на запровадженні до наукового та практичного обігу категорії «трудовий потенціал» [4].

На думку Бойко В. І., Козак О. А., Грищенко О. Ю., цей термін акумулює характеристики трудових ресурсів, робочої сили, особистого фактора виробництва, відображає ступінь використання робочої сили через механізм перетворення здібностей на результат [5].

Посилаючись на нову економічну ситуацію, що складається агропромислового комплексу, Богиня Д. П. пропонує переглянути й уточнити поняття «трудові ресурси», «трудовий потенціал», «кадровий потенціал», «людський потенціал», «людський капітал».

Науковець вважає, що на галузевому рівні й на рівні підприємства доцільно вживати поняття «кадри», маючи на увазі частину трудових ресурсів, постійно функціонуючих у цій галузі та на її підприємствах. Оскільки в економіці механізм задіяності людських ресурсів працює через «кадри», Богиня Д. П. робить висновок, що людські ресурси знаходять свій прояв у кадровому потенціалі певного підприємства [6].

З точки зору Гуць М. В., поняття «кадровий потенціал» (кадри) – це і є поняття «трудоий потенціал». Кадровий потенціал характеризує найактивнішу частину трудового потенціалу, оскільки є визначуваним постійним (штатним) складом працівників. Трудоий потенціал охоплює не лише зайнятих, а й потенційних працівників цього підприємства чи галузі. Категорія трудового потенціалу, на думку Гуць М. В., є багато в чому тотожною категорії «робоча сила» [7].

У науковій і навчальній літературі відсутні чіткі ознаки досліджуваних категорій взагалі і трудового потенціалу та людського капіталу зокрема. Так, у сучасній економічній літературі зустрічаються визначення поняття «трудоий ресурси підприємства». Однак, на галузевому рівні та на рівні підприємства більш характерним є поняття кадрів – частини трудових ресурсів, які постійно функціонують у цій галузі, на її підприємствах, причому мають відповідні специфічні галузеві професіоналізацію та кваліфікацію [8].

У масштабі країни або регіону людина працездатного віку є представником трудових ресурсів, складовою трудового потенціалу країни, регіону. Щодо діяльності конкретних галузей або організацій, людину розглядають як персонал або кадри, кадровий ресурс, наділений певними потенційними можливостями [11].

Трудоий ресурси характеризуються чисельністю працездатного населення. Вони є важливим елементом економічного потенціалу території і як частина трудових ресурсів віддзеркалюють рівень адаптації місцевого населення у багатоукладній структурі сільськогосподарського виробництва [10].

Через кадри в економіці працює механізм задіяності людських ресурсів, які проявляються у кадровому потенціалі певної організації, підприємства, галузі.

За умов фінансової та економічної кризи проблема формування кадрового потенціалу для сталого розвитку сільських територій є особливо гострою. Із цим пов'язана необхідність розв'язання завдання вдосконалення системи підготовки та використання кадрів сільського господарства, формування із урахуванням умов багатоукладної економіки нової стратегії управління сферою кадрового забезпечення в агропромисловому комплексі. Актуальність розв'язання завдання кадрового забезпечення сільського господарства, недостатнє дослідження її теоретичних і практичних аспектів, його значущість для відродження та сталого розвитку вітчизняного агропромислового комплексу перетворюють цю задачу на стратегічну, ключову у діяльності всіх державних структур, що управляють виробничо-господарським життям країни.

Таким чином, проблема кадрового забезпечення сільськогосподарських підприємств є надзвичайно гострою. Як свідчать статистичні дані, рівень освіти зайнятих у сільському господарстві є найнижчим серед усіх інших видів економічної діяльності, що негативно позначається на економічних результатах господарської діяльності. Вимоги до сучасного менеджера та критерії їх оцінки мають бути достатньо формалізованими і водночас диференційованими, що дасть змогу найточніше оцінити персонал, здійснити його раціональний добір і розстановку.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Касьмін Д. С.

Література: 1. Беккер Г. Воздействие на заработки инвестиций в человеческий капитал. *США: экономика, политика, идеология*. 1993. № 11. С. 140–158. 2. Лаптев В. І., Иванова О. Ю. Людський фактор регіонального саморозвитку // Теорія та практика реформування економічних систем: матеріали Міжнародного науково-практичного форуму. (Краків, 1–10 листопада, 2015 р.). Краків, 2015. С. 38–39. 3. Басарія Т. В. Методи оцінки управленського персоналу в сучасній компанії. *Ломоносовские чтения*. 2003. № 2. С. 25–34. 4. Вильховченко В. Д. Прогресс труда на современном этапе НТР. Соотношение детерминизма технологического, организационного и социокультурного. *Мировая экономика и международные отношения*. 1992. № 8. С. 39–43. 5. Бойко В. І., Козак О. А., Грищенко О. Ю. Територіально-галузеві трансформації аграрного виробництва та їх економічна оцінка. *Агроінком*. 2009. № 10. С. 15–18. 6. Богиня Д. П. Концептуальні підходи до визначення конкурентоспроможності робочої сили на ринку праці. *Україна: аспекти праці*. 1999. № 6. С. 3–6. 7. Гуць М. Оцінка стану ринку праці в умовах реформування економіки України. *Україна: аспекти праці*. 2005. № 2. С. 13–17. 8. Економічна активність населення України у 2009 році // Офіційний сайт Державної служби статистики України. URL: <http://www.ks.ukrstat.gov.ua/arkhiv-2009-roku.html>. 9. Кенэ Ф. Избранные экономические сочинения / перевод А. В. Горбунова, Ф. Р. Каплан, Л. А. Фейгиной; воспроизведено по изданию: Избранные экономические сочинения. М.: Соцэкгиз, 1960. 374 с. 10. Завіновська Г. Т. Економіка праці: навч. посіб. Київ: КНЕУ, 2003. 300 с. 11. Коулман Д. Капітал соціальний і людський. *Общественные науки и современность*. 2001. № 3. С. 121–139.

ВПЛИВ ЯКОСТІ ТРУДОВОГО ЖИТТЯ НА РОЗВИТОК ТРУДОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ

УДК 005.336

Губська С. В.

Студент 3 курсу
факультету економіки і права ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. Розглянуто сутність понять «трудоий потенціал» і «якість трудового життя». Проаналізовано вплив трудового потенціалу на якість трудового життя. Запропоновано напрями покращення якості трудового життя та трудового потенціалу.

Ключові слова: підприємство, організація, потенціал, право на працю, трудові резерви, трудоий потенціал, якість трудового життя, продуктивність праці.

Аннотация. Рассмотрена сущность понятий «трудоий потенциал» и «качество трудовой жизни». Проанализировано влияние трудового потенциала на качество трудовой жизни. Предложены направления улучшения качества трудовой жизни и трудового потенциала.

Ключевые слова: предприятие, организация, потенциал, право на труд, трудовые резервы, трудоий потенциал, качество трудовой жизни, производительность труда.

Annotation. The essence of the concepts of «labor potential» and «quality of working life» is considered. The influence of labor potential on the quality of working life is analyzed. The directions of improving the quality of working life and labor potential are proposed.

Keywords: enterprise, organization, potential, right to work, labor reserves, labor potential, quality of working life, labor productivity.

У процесі аналізу економічної ситуації в країні особливу увагу приділяють якості трудового життя, що є мотиватором, впливає на формування, реалізацію й розвиток трудового потенціалу працівників. За сучасних ринкових умов продуктивність підприємства багато в чому залежить саме від трудового потенціалу його персоналу. Чим вищим є цей показник, тим кращими є результати діяльності. Розглянемо, у чому виявляється вплив якості трудового життя на розвиток трудового потенціалу.

Дослідженням питань впливу якості трудового життя на розвиток трудового потенціалу займалися і займаються Грішнова О. А., Назарова Г. В., Журавльов П. В., Карташов С. А., Іванісов О. В. та ін.

Поняття «якість трудового життя» має безліч різних значень. Журавльов П. В. і Карташов С. А. визначають якість трудового життя як ступінь задоволення важливих особистих потреб працівника через діяльність організації [1]. Грішнова О. А. трактує це поняття як систематизовану сукупність показників, що характеризують умови праці в найширшому розумінні – умови виробничого життя – і дають змогу враховувати ступінь реалізації інтересів і потреб працівника та використання його здібностей: інтелектуальних, творчих, моральних, організаторських, комунікаційних [2].

Деякі науковці розглядають якість трудового життя як інтегральне поняття, що всебічно характеризує рівень і ступінь добробуту, соціального та духовного розвитку людини [3; 4].

Розглянемо значення поняття «трудоий потенціал».

Трудоий потенціал – це здатність людини до праці. У найзагальнішому розумінні трудоий потенціал працівника – це можлива його трудова дієздатність [4]. У ході практичної діяльності потенційні можливості не завжди є використовуваними повною мірою. Цей показник є не постійною величиною, а безперервно змінюваною. Працездатність людини формується в процесі трудової діяльності, можливості працівника зростають із розвитком і вдосконаленням знань і навичок, а також у разі поліпшення умов праці та життєдіяльності в цілому. Однак, вони можуть і знижуватися, якщо, скажімо, погіршується стан здоров'я працівника або посилюється режим праці.

За сучасних умов при аналізі економічної ситуації неможливо оцінювати якість трудового життя без урахування розвитку трудового потенціалу, і навпаки, оскільки оцінка якості трудового життя полягає в ступені реалізації трудового потенціалу, є зумовленою це тим, наскільки працівники задоволені діяльністю у сфері праці [5].

На підставі того, як і за яких умов використовується трудоий потенціал, формується концепція якості трудового життя.



При плануванні заходів, що є спрямованими на підвищення рівня якості життя, слід звертати увагу на розвиток важливих компонентів, від яких залежить загальний стан працівника. Так, умови праці на підприємстві впливають на стан здоров'я, рівень працездатності, витривалості робітника. Важливо також урахувати психологічний фактор: здібності, тип нервової системи, схильність особи до того чи іншого виду праці.

При формуванні складу колективу, що найбільше впливатиме на задоволеність працею, а також формуючи норми виробітку та приймаючи людину на певну посаду, важливо аналізувати вік, стать, сімейний стан особи. Рівень освіти, трудових навичок, обсяг спеціальних знань відіграють значну роль у формуванні трудового потенціалу, формують рівень кваліфікації та професіоналізму персоналу на підприємстві.

Не слід забувати про особистісну складову. Дисциплінованість персоналу, активність, ставлення до праці й ціннісні орієнтації впливають на ставлення до роботи. Працівник, який сумлінно виконує свої обов'язки, намагається досягти визначених керівництвом цілей, має більше шансів серед інших досягти високого рівня саморозвитку, кар'єрного зростання, як результат – підвищити власний рівень життя. Отже, для підвищення рівня розвитку трудового потенціалу необхідно підвищувати якість кожної складової, оскільки вони є взаємопов'язаними.

За підвищення соціально-економічного змісту праці та характеристик трудового потенціалу, за яких більше розкриваються творчі, інтелектуальні, організаторські здібності працівника, поліпшується якість трудового життя, підвищуються параметри, які впливають на розвиток людини та якість його життя в цілому. Працівник має можливість реалізувати свої творчі здібності, досягти самореалізації, самовираження, розкрити свій трудовий потенціал.

Для забезпечення високого рівня якості трудового життя керівництву підприємства слід запроваджувати соціальні програми, спрямовані на покращення загального рівня здоров'я працівників. Це підвищуватиме авторитет керівництва в очах персоналу, а також рейтинг серед конкурентів. Не слід забувати, що невдачі у роботі впливають на спілкування працівників у родинному колі. У результаті спостерігається погіршення психологічного стану робітників, зниження його спроможності до праці, продуктивності, що спричиняє й зниження рівня розвитку трудового потенціалу [5].

Важливо не забувати й про стосунки в колективі між працівниками, встановлення ефективного взаємозв'язку й довірливих відносин трудового колективу з керівництвом. Спільна праця має бути пов'язаною лише із позитивними емоціями. Кожний член команди повинен мати можливість вільно висловлювати свої думки, ідеї, адже саме це і є самовираженням. Необхідно не допускати моменту «вигорання» працівника, коли робота, що він виконує, стає для нього нецікавою, нудною, не приносить задоволення. Цей процес лише погіршує якість трудового життя, і тоді про розвиток трудового потенціалу і йдеться.

Ефективне використання трудового потенціалу вимагає належної організації праці як різновиду стимулювання якості праці. За даними обстежень французьких компаній, понад 60 % робітників і службовців не повністю розкривають свої здібності на роботі через низький рівень організації праці. За оцінками американських експертів, робочі в середньому використовують лише 20–25 % своїх потенційних можливостей. За належної організації праці рівень реалізації їх потенціалу можливо підвищити до 70–80 % [6].

Отже, підвищення рівня організації праці передбачає і підвищення якості трудового життя. За комфортних умов на робочому місці, належного стану засобів праці, гідного рівня заробітної плати персонал отримує радість від трудового процесу, починає більше сил вкладати у роботу для підвищення продуктивності. Коли працівник розуміє, що від його діяльності залежить загальний результат виробництва і він може брати участь у прийнятті рішень, які вплинуть на організацію праці, то починає працювати із посиленою віддачею. Персонал приділяє більше уваги розвитку здібностей, трудового потенціалу, якщо впевнений, що матиме на робочому місці можливості для самовираження та самоствердження.

Про високу якість трудового життя можна говорити, якщо:

- робота є цікавою;
- персонал отримує справедливу винагороду й визнання своєї праці;
- робоче середовище організоване із дотриманням санітарно-гігієнічних умов, низьким рівнем шуму, гарним освітленням;
- нагляд з боку керівництва хоч і здійснюється завжди, якщо в ньому виникає необхідність, але зазвичай є мінімальним;
- робітники беруть участь в ухваленні рішень стосовно їх роботи;
- взаємин з колегами є дружніми;
- забезпечено відповідні гарантії роботи [4; 6].

Якщо ж ці умови не дотримуються, персонал починає працювати з меншою віддачею, швидше втомлюватися, зростає дратівливість, у результаті чого знижується задоволеність працею й якість трудового життя. Робітник



менше приділяє уваги саморозвитку, підвищенню кваліфікації, через що спостерігається значне зниження результативності праці.

Нині існує проблема пошуку нових концептуальних підходів до регулювання соціально-економічних процесів, оскільки зайнятість за умов конкурентного середовища слід розглядати з позицій створення основи для соціальної стабільності та гармонійного розвитку суспільства в цілому [7].

Таким чином, якість трудового життя можна підвищити, змінивши на краще будь-які параметри, що впливають на життя людей. Це передбачає і участь працівників в управлінні, їх навчання, підготовку керівних кадрів, реалізацію програм просування по службі, навчання працівників методам ефективнішого спілкування та поведінки в колективі, удосконалення організації праці. Як наслідок, трудовий потенціал отримує максимальний розвиток, а організація – високий рівень продуктивності праці та максимальний прибуток.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Лебединська О. С.

Література: 1. Журавлев П. В., Карташов С. А., Маусов Н. К. Персонал. Словарь понятий и определений. М. : Экзамен, 2000. 318 с. 2. Грішнова О. А. Економіка праці та соціально-трудові відносини : підручник. Київ : Знання, 2011. 390 с. 3. Якість трудового життя. URL: <http://buklib.net/books/23533>. 4. Акулов М. Г., Драбаніч А. В., Євась Т. В. Економіка праці та соціально-трудові відносини : навч. посіб. Київ : Центр навч. літ., 2012. 328 с. 5. Баташева М. А. Качество трудовой жизни как показатель осуществления трудового потенциала. *Молодой ученый*. 2015. № 8. С. 471–474. 6. Іванісов О. В., Доровської О. Ф. Сучасні проблеми використання трудового потенціалу та перспективи його розвитку на вітчизняних підприємствах. Харків : ХНЕУ, 2011. 296 с. 7. Назарова Г. В., Касьмін Д. С. Забезпечення розвитку ринку праці молоді на засадах моніторингу. *Науковий вісник Ужгородського університету*. 2016. № 1. С. 30–38.



ГНУЧКА СИСТЕМА ОПЛАТИ ПРАЦІ В УКРАЇНІ

УДК 331.23(477)

Губська С. В.

Студент 3 курсу
факультету економіки і права ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. Деталізовано особливості відрядної, погодинної та тарифної систем оплати праці. Розглянуто зарубіжний досвід застосування гнучкої системи оплати праці. Проаналізовано результати застосування гнучкої системи оплати праці на сучасних вітчизняних підприємствах.

Ключові слова: підприємство, організація, виробництво, право на працю, персонал, оплата праці, ставка, премія, оклад, заробітна плата, системи оплати праці, гнучка система оплати праці.

Аннотация. Детализированы особенности сдельной, повременной и тарифной систем оплаты труда. Рассмотрен зарубежный опыт применения гибкой системы оплаты труда. Проанализированы результаты применения гибкой системы оплаты труда на современных отечественных предприятиях.

Ключевые слова: предприятие, организация, производство, право на труд, персонал, оплата труда, ставка, премия, оклад, заработная плата, системы оплаты труда, гибкая система оплаты труда.

Annotation. The details of the piece-rate, time-based and tariff wage systems are detailed. Considered foreign experience in the application of a flexible wage system. Analyzed the results of the application of flexible wage system in modern domestic enterprises.

Keywords: enterprise, organization, production, right to work, personnel, wages, rate, bonus, salary, wage systems, flexible wage system.



Нині для України характерними є погіршення соціальної стабільності в країні, зростання незадоволення населення якістю життя. Як вважають самі працюючі, однією з найвагоміших причин цього є недостатній рівень заробітної плати: витрачаючи все більше часу на участь у трудових відносинах, населення у фінансовому плані не отримує відповідних можливостей.

Дослідженням особливостей застосування гнучких систем оплати праці займалися і займаються Герасименко О. В., Назарова Г. В., Парфьонов І. І., Войнарченко М. П., Мішина С. В., Шваб Л. І. та ін.

Метою написання статті є аналіз особливостей упровадження гнучких систем оплати праці на сучасних вітчизняних підприємствах.

Почнемо аналіз досліджуваного питання з визначення сутності поняття «заробітна плата». У Законі України «Про оплату праці» заробітну плату визначено як винагороду, обчислену, як правило, у грошовому вираженні, яку за трудовим договором роботодавець виплачує працівнику за виконану ним роботу. Розмір заробітної плати залежить від складності й умов виконуваної роботи, професійно-ділових якостей працівника, результатів його праці та господарської діяльності підприємства [1]. За умов ринкової економіки заробітна плата є платою за працю, а її величина є ціною праці, визначуваною на ринку праці в результаті взаємодії попиту на конкретні види праці та її пропозицією [2].

Оплата праці є здійснюваною на підставі системи оплати праці – сукупності правил, що визначають співвідношення між мірою праці та мірою винагороди працівників. В Україні набули поширення відрядна, почасова та тарифні системи оплати праці, розглянемо кожну з них окремо.

Почасова оплата праці – це оплата праці за відпрацьований час, її запроваджують переважно для адміністративно-управлінського й обслуговуючого персоналу, який працює за ненормованим робочим днем; робіт, які важко чи недоцільно нормувати; коли неможливо обліковувати обсяг виконаної роботи чи виробленої продукції, а також якщо необхідно забезпечити високу якість роботи [3]. Почасова оплата праці є однією з форм оплати праці. Вона передбачає нарахування заробітної плати працівникам, виходячи з погодинної тарифної ставки, установлюваної за домовленістю сторін або в колективному договорі, і фактичної кількості відпрацьованих ними годин за розрахунковий період. Найпоширенішим різновидом почасової системи є погодинна оплата праці [3].

Погодинна система є доволі поширеною в нашій країні. Чимало людей не можуть працювати повний робочий день. Передусім це стосується молоді, яка поєднує навчання з роботою; жінок із малими дітьми; пенсіонерів, яким не вистачає офіційно встановленої пенсії для повного забезпечення власних потреб. Однак, найчастіше тарифна ставка, яка виплачується на роботах, умови праці яких є задовільними для цих груп населення, є доволі низькими [3].

Погодинну систему оплати праці доцільно застосовувати, якщо на підприємстві функціонують потокові та конвеєрні лінії зі строго заданим ритмом; функції робітника зводяться до спостереження і контролю за ходом технологічного процесу; витрати на визначення планової та облік виготовленої кількості продукції відносно великі; кількісний результат праці не може бути вимірним і не є визначальним; якість праці є важливішою за її кількість.

Відрядна форма оплати праці, за якої заробіток залежить від обсягів виконаної роботи, потребує якості. За цієї форми оплата праці проводиться за нормами й розцінками, установленими, виходячи з розряду виконуваних робіт.

Відрядну систему оплати праці на підприємстві найдоцільніше застосовувати якщо існує можливість точного обліку обсягів виконуваних робіт; наявні значні замовлення на виготовлювану продукцію, а чисельність робітників є обмеженою; одне зі структурних підрозділів підприємства випускає продукцію в інших технологічно взаємозалежних підрозділах.

Ця система оплати праці може призводити до формування напруженої атмосфери в колективі, адже певна частина персоналу у будь-якому разі отримуватиме вищу заробітну плату на підставі виконаної роботи. Одним із найбільших недоліків цієї системи оплати праці для працівника є те, що ймовірно є дія факторів, які впливають на виробіток, але не залежать від працівника. Прикладом є несправність засобів праці, неякісна організованість трудового процесу [6]

Тарифна система оплати праці є сукупністю правил, за застосування яких забезпечується порівняльна оцінка праці залежно від кваліфікації, умов її виконання, відповідальності, значення галузі та інших факторів, що характеризують якісну сторону праці.

Тарифна система оплати праці є використовуваною для розподілу робіт залежно від їх складності, а робітників – залежно від їх кваліфікації та відповідальності за розрядами тарифної сітки. Вона є основою формування та диференціації розмірів заробітної плати [6].

Систему оплати праці обирає роботодавець, але її вибір має бути узгоджений із працівниками в установленому законодавством порядку.

Саме на підставі тарифної системи сформульовано гнучкі форми оплати праці. Гнучка система оплати праці є системою, за якої певна частина заробітку ставиться у залежність від особистих заслуг і загальної ефективності роботи підприємства. Під час визначення розміру оплати праці враховують значущість працівника, його здатність досягнути певних цілей щодо розвитку організації (фірми), а не лише стаж, кваліфікацію чи професійну майстерність [5; 6].

Цю систему розробляють для конкретного підприємства на підставі аналізу його потреб і кінцевих цілей. Основою її формування є передусім перелік тих робіт, що виконуються на підприємстві і кваліфікуються за рівнем складності й значущості для підприємства; заробіток працівника є індивідуалізованим і залежить від фактичних результатів праці.

Гнучка система оплати праці є спрямованою на підвищення мотивації персоналу до власного зростання як спеціаліста. За застосування цієї форми оплати заробітна плата істотно залежить від результату праці й виробітку працівника. Останній має всі можливості для використання власних можливостей, знань і вмінь. Заробітна плата виплачується на за результатами діяльності підприємства, але із урахуванням внеску кожного конкретного працівника.

За гнучкої форми підприємство може змінювати систему оплати праці, підлаштовувати її до умов бізнесу та економічної ситуації в країні в цілому. Ставки, премії, оклади визначають на підставі аналізу кон'юнктури ринку праці в регіоні.

Застосування гнучкої системи оплати праці багато в чому є позитивним як для підприємства, так і для персоналу, оскільки в обох груп однакова мета – підвищення продуктивності праці та виробітку на підприємстві. Від цих результатів залежить дохід і керівництва, і робітників. Працівник, який має на меті підвищення власного доходу, має розуміти, що несе відповідальність і впливає на досягнення підприємства. За таких умов мотивованість персоналу зростає, оскільки за зростання обсягів виробництва зростає і заробітна плата, від якої залежить рівень якості життя. Мотиваційний механізм діяльності залежить від створення справедливої системи розподілу доходів, що має бути побудована на таких принципах: отримання доходів за працю, у тому числі підприємницьку, землю, капітал; залежність основної частини доходів від результатів праці, рівня економічної діяльності суб'єктів господарювання. Розмір доходів при врахуванні рівня розвитку продуктивних сил має забезпечувати нормальні (суспільно необхідні) умови життя; сталість розподілу доходів [5; 6].

Нині чимало підприємств застосовують безтарифну систему оплати праці, оскільки вона дозволяє точно враховувати індивідуальні виробничі показники й оцінювати працю робітника через його особистий внесок у зростання прибутку підприємства. Така система оплати праці є характерною для відомих у Німеччині промислових гігантів – «Volkswagen», «Daimler-Chrysler», «BASF», «SYMRISE».

У Великій Британії, Франції та інших країнах Європейського Союзу набула поширення гнучка система оплати праці, у основу якої покладено облік індивідуальних якостей працівника, його заслуг і результатів праці із застосуванням спеціальної оцінювальної шкали за низкою показників.

У таких економічних гігантах, як «BMW», «Mercedes» оплачують працю найманих працівників не за розрядом робіт, а за розрядом працівників, що стимулює працівників до підвищення кваліфікації.

Таким чином, гнучка система оплати праці має значні переваги порівняно з іншими. Важливо, що персонал розуміє принцип нарахування заробітної плати, від чого насправді вона залежить і чого прагне керівництво. Вважаємо доцільним застосування цієї форми оплати праці на сучасних вітчизняних підприємствах.

Науковий керівник – канд. екон. наук, викладач Семенченко А. В.

Література: 1. Про оплату праці : Закон України від 24.03.1995 № 108/95-ВР // База даних «Законодавство України» / Верховна Рада України. URL: <https://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/108/95-%D0%B2%D1%80>. 2. Покропивний С. Ф., Швиданенко Г. О., Федонін О. С. Економіка підприємства : підручник / за ред. С. Ф. Покропивного. Київ : КНЕУ, 2001. 528 с. 3. Вибір системи оплати праці. URL: <https://prohr.rabota.ua/vibir-sistemi-oplati-pratsi>. 4. Шваб Л. І. Основи підприємництва : навч. посіб. Житомир : ЖДТУ, 2009. 466 с. 5. Калина А. В. Организация и оплата труда в условиях рынка. Киев : МАУП, 1997. 372 с. 6. Семенченко А. В. Особенности регулирования доходов работников как элемент управления предприятием. *Сучасні проблеми управління підприємствами: теорія та практика*. 2016. № 4. С. 236–239.

АНАЛІЗ ПІДХОДІВ ДО ВИЗНАЧЕННЯ СУТНОСТІ ПОНЯТТЯ «ІННОВАЦІЯ»

УДК 330.101:316.422

Гусарев А. Р.

Магістрант 2 року навчання
факультету менеджменту і маркетингу ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. Проаналізовано підходи різних науковців до тлумачення сутності поняття «інновація». На підставі аналізу, узагальнення й систематизації сформовано власне визначення поняття «інновація».

Ключові слова: підприємство, організація, виробництво, прибуток, ринкова кон'юнктура, інновація, інноваційна діяльність, нова продукція.

Аннотация. Проанализированы подходы разных ученых к толкованию сущности понятия «инновация». На основании анализа, обобщения и систематизации сформировано собственное определение понятия «инновация».

Ключевые слова: предприятие, организация, производство, прибыль, рыночная конъюнктура, инновация, инновационная деятельность, новая продукция.

Annotation. The approaches of different scientists to the interpretation of the essence of the concept of «innovation» are analyzed. Based on the analysis, synthesis and systematization, the own definition of the notion «innovation» is formed.

Keywords: enterprise, organization, production, profit, market conditions, innovation, new products.

Особливістю сучасного етапу розвитку України є трансформація економічної системи та її перехід до інноваційного типу. Важливу роль у цьому процесі відіграють інноваційні підприємства. Саме їх у розвинених країнах із ринковою економікою науковці та політики вважають рушійною силою якісного економічного зростання, технологічних розробок, зайнятості та структурних змін. Для реалізації цих функцій підприємство має бути успішним та економічно ефективним. У свою чергу, економічна ефективність має забезпечуватися у тому числі інноваційною діяльністю. Однак, сучасний вітчизняний малий бізнес не є активним учасником інноваційних процесів, чим зумовлено виникнення питань про причини цього явища, чи є інноваційна діяльність економічно виправданою для малих підприємств. Недостатньою розробленістю питання визначення сутності поняття інновації, а також відсутністю методичної бази зумовлено актуальність обраної теми дослідження.

Деякі автори, досліджуючи проблеми організації освоєння нової продукції, прямо або побічно розглядають питання визначення сутності інновації. Серед них на особливу увагу заслуговують роботи Шумпетера Й., Санто Б., Фрімена К., Гриньової В., Пашути М., Ілляшенка С., Яковця Ю. та ін. Однак, незважаючи на наявність численних теоретичних розробок, не існує єдиного визначення сутності поняття інновації.

Метою написання статті є аналіз підходів до визначення сутності поняття інновації.

Уперше термін «інновація» вжив Й. Шумпетер у праці «Теорія економічного розвитку». У цій роботі науковець розглядав інновацію як нову комбінацію факторів виробництва, що є мотивованою підприємницьким духом. У наступній роботі «Ділові цикли» він дійшов висновку, що інновація означає зсув (зміщення) кривої граничної продуктивності [8].

Колектив авторів на чолі із Ілляшенком С. М. визначають інновацію як кінцевий результат нововведень, що є спрямованим на досягнення відповідного ефекту та створення нових або удосконалених конкурентоспроможних товарів (послуг, технологій), що задовольняють потреби споживачів, може охоплювати всі сфери діяльності підприємства і сприяє розвитку та підвищенню його ефективності. У цьому визначенні відображено характерні особливості інновацій: їх використання дає змогу створювати конкурентоспроможні товари (послуги), поширюються на всі сфери діяльності підприємства, використання інновацій сприяє підвищенню ефективності його діяльності [3].

Гриньова В. М. та Власенко В. В. розглядають інновацію як кінцевий результат трансформації ідеї, що виникла завдяки певному рівню науково-технічного прогресу й є на певний час відкриттям або винаходом, шляхом практичного застосування задля зміни об'єкта управління й отримання ефекту в певній сфері або сферах суспільної діяльності, що неодмінно матиме позитивний вплив на подальший розвиток цієї ідеї або сприятиме виникненню нової ідеї. Таке уявлення про виникнення, зміст і місце інновації у системі науково-технічного розвитку відповідає концепції інноваційної спіралі англійського економіста Фрімана К. [10].

Інновації не можуть виникнути самі по собі. Так, Друкер П. наголошує, що створення інновацій – це цілеспрямована, систематична та наполеглива праця [2].

У Великому тлумачному словнику сучасної української мови подано кілька значень терміна «інновація»: нововведення; комплекс заходів, спрямованих на впровадження до економіки нової техніки, технологій, винаходів тощо.

Термін «інновація» є надзвичайно різноманітним, його вживають у різних значеннях. Одні автори, намагаючись розширити його охоплення, розмивають саму сутність значення.

Так, Шумпетер Й. під інновацією розуміє будь-які покращення [8]. Однак, слід зауважити, що не кожне удосконалення чи новація є інновацією. Інші, навпаки, занадто звужують тлумачення, розглядають лише один із його аспектів. До цієї групи належать Яковець Ю., Бажал Ю., які під інновацією розуміють зміну технологій чи виробничих функцій [1; 9].

Найвпливовіший теоретик менеджменту ХХ ст. Друкер П. під інновацією розумів особливий засіб підприємців, за допомогою якого вони досліджують зміни, що відбуваються в економіці та суспільстві, задля використання їх у бізнесі чи в інших сферах обслуговування. Тобто за Друкером П. інновація є лише засобом, під яким він розуміє творчу роботу чи «геніальність» інноваторів, що намагаються задовольнити будь-які економічні потреби [2].

За Портером М. інновація є результатом незвичних зусиль, що дають змогу підприємству досягти такого рівня переваг, коли воно зможе його підтримати лише за впровадження постійних вдосконалень [4].

Угорський науковець Санто Б. визначає інновацію як суспільний, технічний чи економічний процес, що завдяки практичному використанню ідей і винаходів сприяє створенню кращих за своїми властивостями виробів, технологій і, якщо вона є орієнтованою на економічну вигоду, прибуток, її поява на ринку може принести додатковий дохід [7].

Серед українських науковців також немає одностайності щодо тлумачення сутності поняття інновації. Так, Патора Р. у роботі «Товарна інноваційна політика» визначає інновацію як використання нових для організації ідей шляхом втілення їх у товарах, процесах, послугах або у системах управління, якими оперує організація. Бажал Ю. розглядає це поняття як нову функцію виробництва: інновація є зміною технології виробництва, яка має історичне значення і є необхідною.

Інновація становить стрибок від старої виробничої функції до нової, але не кожне нововведення, нове виробництво є інновацією [1]. Це визначення у зміненій формі повністю збігається із трактуванням Шумпетера Й. [8]. Деяко іншою є позиція Яковця Ю., який під інновацією розуміє якісні зміни у виробництві, які можуть стосуватися як техніки і технології, так і форм організації виробництва й управління [9].

Аналіз тлумачень сутності поняття «інновація» вітчизняними та зарубіжними науковцями дає змогу згрупувати їх за такими значеннями: комплексне явище, процес, комерційне рішення, кінцевий продукт, зміна виробничої функції (табл. 1) [4; 6–9; 12].

Таблиця 1

Визначення різними науковцями сутності поняття «інновація»

Визначення	Автор	Характеристика
Комплексне (дифузійне) явище	Прищепенко В. [6]	Комплексне явище, що стосується всіх аспектів людської діяльності (економічної, соціальної, екологічної тощо) та передбачає впровадження нововведення задля отримання різних ефектів
Процес	Санто Б., Шумпетер Й. [7; 8]	Процес розробки технології виготовлення та комерційного використання новації
Інструмент	Друкер П., Портер М. [4; 6]	Особливий засіб досягнення суб'єктами економічної діяльності конкурентних переваг чи комерційної вигоди
Комерційне рішення чи продукт	Фрімен К. [12]	Готова продукція (технологія, послуга тощо) як кінцевий результат інноваційної діяльності
Зміна виробничої функції	Шумпетер Й. [9]	Зміна кривої виробничої функції чи граничної продуктивності

Отже, на підставі систематизації й узагальнення визначатимемо інновацію як процес розробки й упровадження нової продукції на ринок задля задоволення потреб споживачів та отримання у результаті комерційної вигоди.



Таким чином, у ході роботи на підставі ретроспективного аналізу визначено, що поняття інновації слід розуміти як новизну, виражену у новоствореному об'єкті, її вартісну оцінку у формі новоствореної продукції, матеріальних чи нематеріальних активів, що є спроможними забезпечувати отримання економічних вигод та (або) соціального розвитку підприємства у майбутньому. Ключовими аспектами авторського визначення поняття інновації є новизна, розробка й упровадження нової продукції, а також отримання соціального та економічного ефекту.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Томах В. В.

Література: 1. Бажал Ю. М. Економічна теорія технологічних змін : навч. посіб. Київ : Заповіт, 1996. 240 с. 2. Друкер П. Енциклопедія менеджмента / пер. с англ. М. : Вільямс, 2004. 432 с. 3. Ілляшенко С. М. Менеджмент та маркетинг інновацій : монографія / за заг. ред. С. М. Ілляшенка. Суми : Університетська книга, 2004. 616 с. 4. Портер М. Конкуренція. М. : Вільямс, 2005. 608 с. 5. Потоцький М. Ю. Міжнародно-правове регулювання використання інтелектуальної власності у господарській діяльності. *Наукові праці МАУП*. 2012. № 4. С. 76–82. 6. Прищепенко В. В. Новаторы и новации. *ЭКО*. 2007. № 1. С. 186–191. 7. Санто Б. Инновация как средство экономического развития / пер. с венг. С. Завялова. М. : Прогресс, 1990. 296 с. 8. Шумпетер Й. А. Теория экономического развития. Капитализм, социализм и демократия. М. : Эксмо, 2007. 864 с. 9. Яковец Ю. В. Ускорение научно-технического прогресса: теория и экономический механизм. М. : Экономика, 1988. 336 с. 10. Друкер П. Бизнес и инновации / пер. с англ. К. Головинского. М. : Вільямс, 2018. 432 с. 10. Freeman C. The economics of industrial innovation. London : Francis Pinter, 1982. 586 p.



МОДЕЛЮВАННЯ ПРОЦЕСУ ФІНАНСОВОГО ПЛАНУВАННЯ НА ПІДПРИЄМСТВІ

УДК 336.234.06

Двигун О. О.

Студент 4 курсу
фінансового факультету ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. Побудовано структурно-функціональну модель фінансового планування на підприємстві. Проаналізовано основні етапи фінансового планування. Обґрунтовано важливість проведення фінансового аналізу, результати якого є інформаційним підґрунтям складання фінансових планів.

Ключові слова: підприємство, організація, фінанси, фінансовий результат, прибуток, фінансовий аналіз, фінансове планування, структурно-функціональна модель.

Аннотация. Построена структурно-функциональная модель финансового планирования на предприятии. Проанализированы основные этапы финансового планирования. Обоснована важность проведения финансового анализа, результаты которого являются информационной основой составления финансовых планов.

Ключевые слова: предприятие, организация, финансы, финансовый результат, прибыль, финансовый анализ, финансовое планирование, структурно-функциональная модель.

Annotation. A structural-functional model of financial planning in the enterprise has been built. Analyzed the main stages of financial planning. The importance of financial analysis, the results of which are the information basis for the preparation of financial plans, is substantiated.

Keywords: enterprise, organization, finance, financial result, profit, financial analysis, financial planning, structural-functional model.



Фінансове планування на підприємстві відіграє особливу роль у забезпеченні фінансової стабільності, оскільки воно є пов'язаним із формуванням, розміщенням і забезпеченням ефективного використання фінансових ресурсів та отримання прибутку на вкладений у господарську діяльність капітал. Саме в процесі фінансового планування економічно обґрунтовується потреба підприємства у капіталі, що пов'язується із джерелами фінансування, створюються передумови фінансової стабільності підприємства.

Дослідженням сутності, методів і принципів фінансового планування займалися Брігхем Є., Ванхорн Д., Бланк І., Кірейцев Г., Басовський Л., Ковальов В., Поддєрьогін А., Самсонова Н., Островська Г., Павлова Л. та ін. Однак, незважаючи на наявність численних теоретичних розробок, подальшого дослідження потребують питання розв'язання проблем організації цілісної системи фінансового планування на підприємстві з урахуванням його галузевої належності, обсягів діяльності, типу організаційної структури.

Структурно-функціональний метод, завданням якого є встановлення елементів, необхідних для виконання функцій певної системи, виявлення взаємовідносин між ними, є одним із найпоширеніших сучасних методів моделювання; його можна застосувати для вдосконалення фінансового планування на підприємстві.

Метою написання статті є розробка моделі процесу фінансового планування на обраному підприємстві за застосування структурно-функціонального аналізу.

Процес фінансового планування впливає на всі сторони діяльності підприємства через об'єкти фінансування, сприяє раціональному використанню фінансових ресурсів, передбачає розробку й обґрунтування планових показників.

Структурно-функціональний аналіз є зосередженим на виявленні загального потоку інформації, її типізації, виділення із великого масиву якісних і кількісних сторін явища найсуттєвіших, важливих і визначних. На підставі цього структурно-функціональне моделювання подає загальну картину функціонування досліджуваного об'єкта.

Основою методології IDEF0 є графічна мова опису бізнес-процесів. Модель у нотації IDEF0 є сукупністю ієрархічно впорядкованих і взаємопов'язаних діаграм. Кожна діаграма є одиницею опису системи, її розташовують на окремому аркуші [3].

IDEF0 будується на таких концептуальних засадах: 1) система та модель; 2) блочне моделювання та його графічне подання; 3) строгість і формалізм; 4) ітеративність моделювання; 5) відокремлення організації від функції [4].

Підприємства, що застосовують сучасні методи фінансового планування, мають змогу ефективніше організувати свою виробничо-господарську та економічну діяльність, адже фінансове планування є процесом систематичної підготовки фінансових планів на підставі управлінських рішень, які впливають на обсяги фінансових ресурсів.

Фінансове планування об'єднує структурні підрозділи підприємства задля забезпечення односпрямованості та скоординованості всіх процесів, що дає змогу повно й ефективно використовувати фінансові ресурси, комплексно та своєчасно розв'язувати певні завдання.

Метод структурно-функціонального моделювання фінансового планування дає змогу описати процеси та відобразити їх ієрархічну структуру, визначити взаємозв'язки між ними. Фінансове планування на підприємстві може бути змодельовано за кожним процесом та операціями в процесі управління.

За застосування CASE-способу у програмному продукті BPwin за стандартом IDEF0 взаємодію системи розглядають як вхід (ресурс, який переробляється системою, відображається з лівого боку блоку – основні джерела, які використовуються або перетворюються роботою [1]), вихід (результат діяльності системи – з правого боку блоку, бухгалтерська звітність – форма 1, 2 за попередні періоди [1]), управління (процедури та стратегії, під управлінням яких проводиться робота – з верхнього боку блоку) і механізм (ресурси, необхідні для проведення роботи – з нижнього боку блоку) [1].

У цьому процесі задіяні такі трудові ресурси (механізм): бухгалтер, фінансовий аналітик і керівник підприємства. Для процесу формування та використання фінансового планування необхідно правильно перерозподілити обов'язки задіяних фахівців підприємства. Бухгалтер та аналітик проводять аналіз, який дозволяє отримувати кількісну та якісну інформацію про фінансове планування, використання якої сприяє отриманню об'єктивної картини про ефективність використання фінансового планування, обґрунтуванню оптимальних управлінських рішень, що підтверджує керівник [5].

Результатом діяльності технології (вихід) є розробка заходів щодо оптимізації фінансового планування.

Налагодження ефективного процесу здійснення фінансового планування підприємства передбачає моделювання відповідних бізнес-процесів та чіткий розподіл обов'язків між суб'єктами. Послідовність етапів моделюваного процесу подано рис. 1 [5]. Перший етап характеризується побудовою основного блоку «Фінансове планування» за допомогою контекстної діаграми.

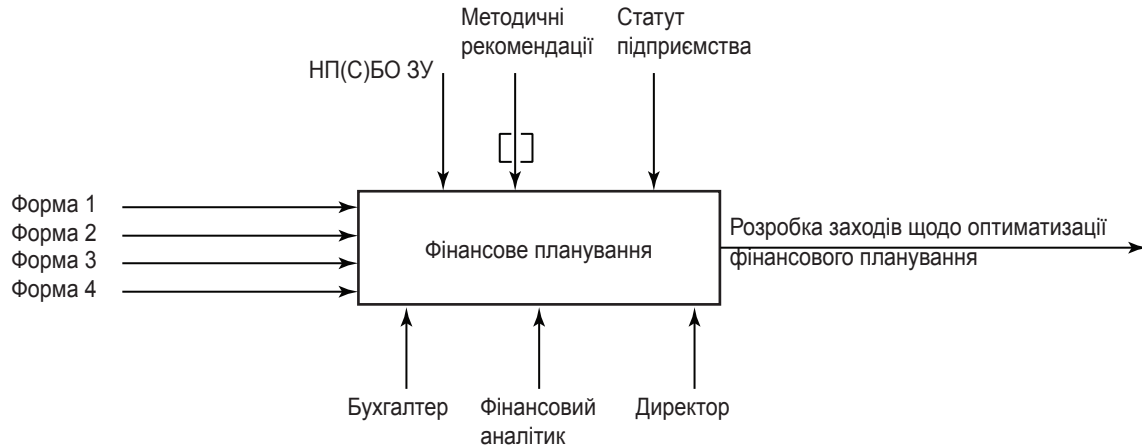


Рис. 1. Контекстна діаграма моделі фінансового планування на підприємстві

Бачимо (рис. 1), що з усіх боків до головного блоку головної задачі надходять інтерфейсні дуги, які визначають вхідну інформацію, необхідну для здійснення фінансового аналізу (фінансова та статистична звітність); управління (нормативні акти; Закон України «Про бухгалтерський облік і фінансову звітність в Україні»); механізм (особи, які виконують роботу: фінансовий аналітик, бухгалтер та керівник підприємства). Формою вихідного документа є «Рекомендації щодо оптимізації фінансового планування підприємства».

Другим етапом є декомпозиція головної контекстної діаграми на шість блоків: збір інформації щодо фінансового планування підприємства, аналіз фінансового стану підприємства на підставі фінансової та статистичної звітності задля оцінки ефективності формування фінансових ресурсів, аналіз ефективності використання фінансових планів і ступеня виконання фінансових планів, прогнозування обсягів та структури фінансових ресурсів на майбутні періоди діяльності підприємства, формування фінансових планів і розробка заходів щодо оптимізації фінансового планування на підприємстві (рис. 2) [5].

Фінансове планування є пов'язаним із плануванням виробничої діяльності підприємства через розв'язання завдання щодо забезпечення її необхідними джерелами фінансування. Тому у процесі фінансового планування визначаються обсяги фінансових ресурсів, здійснюється обґрунтування та формування певної структури капіталу. У процесі фінансового планування необхідними є аналіз та оцінка фактичних абсолютних і відносних фінансових показників задля виявлення резервів підвищення ефективності формування та використання фінансових ресурсів підприємства, їх прогнозування та складання на цій підставі фінансових планів.

Незважаючи на велику кількість фінансових показників і коефіцієнтів, існування чималої кількості методичних підходів проведення аналізу важливо впровадити таку систему фінансових показників і критеріїв їх нормативних значень, яка б допомагала найточніше та найоб'єктивніше оцінити ефективність формування та використання фінансових ресурсів на підприємстві, була б зрозумілою й аргументованою, урахувала вид економічної діяльності суб'єкта господарювання, масштаби його діяльності, особливості виробничого процесу.

Таким чином, оцінка фінансового стану підприємства, прогнозування абсолютних і відносних фінансових показників є інформаційним підґрунтям для розробки обґрунтованих, достовірних і досяжних фінансових планів, що є передумовою забезпечення виробничо-господарської діяльності підприємства необхідними фінансовими ресурсами.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Меренкова Л. О.

Література: 1. Варланов Ю. Ю., Варланов О. Ю. Модулювання фінансового стану підприємств: сутнісний підхід до інтегрованої оцінки. *Економічні науки*. 2012. № 59. С. 139–146. 2. Кандинская О. А. Процесс финансового планирования в компании. *Управление корпоративными финансами*. 2006. № 5. С. 280–294. 3. Глівенко С. В., Соколов М. О., Теліженко О. М. Економічне прогнозування : навч. посіб. Суми : Університетська книга, 2001. 208 с. 4. Олексюк О. І. Економіка результативності діяльності підприємства : монографія. Київ : КНЕУ, 2008. 362 с. 5. Турило А. М., Зінченко О. А. Фінансово-економічні аспекти оцінки результатів і ефективності діяльності підприємства. *Фінанси України*. 2008. № 8. С. 35–44. 6. Радченко Д. М. Сутнісна характеристика фінансового планування на підприємстві. *Молодий вчений*. 2016. № 6. С. 89–93.

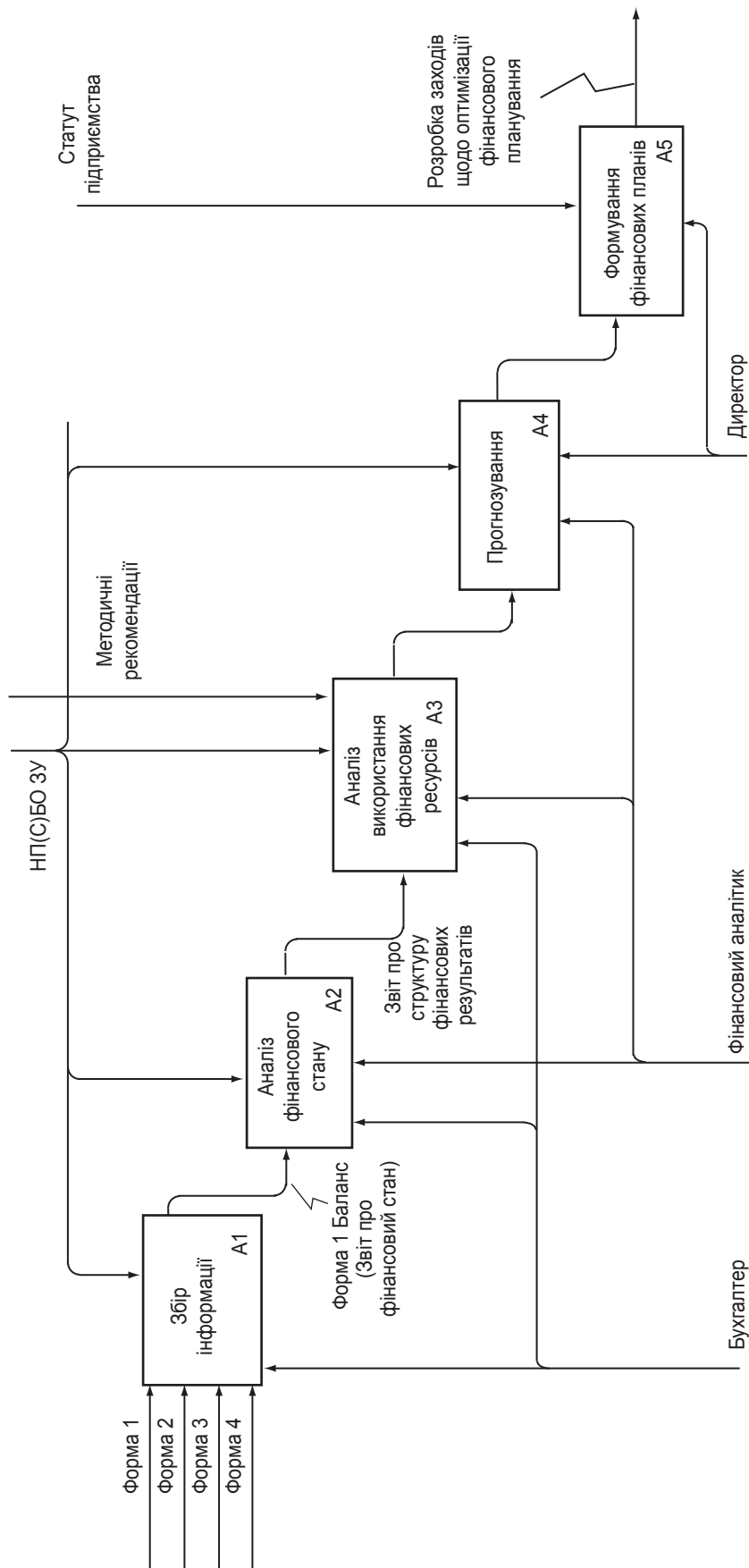


Рис. 2. Діаграма декомпозиції процесу фінансового планування на підприємстві

АНАЛІЗ МЕТОДІВ БЕЗПЕРЕРВНОГО ВДОСКОНАЛЕННЯ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ

УДК 658.511

Двойнікова О. С.

Магістрант 2 року навчання
факультету менеджменту і маркетингу ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. Досліджено сутність та основні методи безперервного вдосконалення бізнес-процесів. Проаналізовано, узагальнено й систематизовано погляди зарубіжних і вітчизняних науковців. Конкретизовано мету кожного з методів, а також переваги та недоліки їх застосування.

Ключові слова: підприємство, організація, бізнес, фінанси, прибуток, бізнес-процес, безперервне вдосконалення бізнес-процесів.

Аннотация. Исследованы сущность и основные методы непрерывного совершенствования бизнес-процессов. Проанализированы, обобщены и систематизированы точки зрения зарубежных и отечественных ученых. Конкретизированы цели каждого из методов, а также преимущества и недостатки их применения.

Ключевые слова: предприятие, организация, бизнес, финансы, прибыль, бизнес-процесс, непрерывное совершенствование бизнес-процессов.

Annotation. The essence and main methods of continuous improvement of business processes are investigated. Analyzed, summarized and systematized points of view of foreign and domestic scientists. The objectives of each of the methods, as well as the advantages and disadvantages of their use are specified.

Keywords: enterprise, organization, business, finance, profit, business process, continuous improvement of business processes.

Сучасні українські підприємства існують за динамічних умов: змінюються використовувані технології, споживацькі уподобання, можливості та поведінка конкурентів, через що бізнес-процес стає неефективним і потребує вдосконалення. Підвищення ефективності бізнес-процесів та їх безперервної адаптації до мінливих зовнішніх умов забезпечується впровадженням безперервного вдосконалення.

Дослідженням питань визначення сутності бізнес-процесів і методів їх удосконалення займалися Нойманн Е., Демінг Е., Фролова Л., Репін В., Криворучко О. та ін.

Метою написання статті є аналіз методів безперервного вдосконалення бізнес-процесів, визначення їх сутності, а також переваг і недоліків.

Бізнес-процес – це стійка цілеспрямована сукупність взаємопов'язаних видів діяльності, що за певною технологією перетворює входи на виходи, які представляють цінність для споживача [6].

Безперервне вдосконалення бізнес-процесів – це постійне плавне покрокове поліпшення бізнес-процесів [1].

Основними методами безперервного вдосконалення є цикл Шухарта–Демінга, методика шести сигм і метод кайдзен.

Цикл Шухарта–Демінга є послідовністю дій, спрямованих на вдосконалення бізнес-процесів підприємства. Цикл зазвичай подають графічно у вигляді кола, розподіленого на чотири квадранта. За годинниковою стрілкою зверху кожен квадрант символізує одну з чотирьох послідовних дій. Зміст циклів Шухарта–Демінга подано у табл. 1 [6].

Таблиця 1

Зміст циклів Шухарта–Демінга

Плануй	Визначення ключових бізнес-процесів і вибір методів для їх удосконалення
Виконуй	Застосування плану на практиці
Перевірйй	Порівняння отриманого результату із запланованим
Покращуй (Дій)	Якщо результати перевірки визнано успішними, вносять зміни у бізнес-процес або технологічний процес



Метод шести сигм є підходом до вдосконалення бізнесу, що заснований на визначенні й усуненні дефектів бізнес-процесів, головною вимогою яких є задоволеність споживача. У процесі визначення дефектів передусім розглядають найбільш значущі для споживачів параметри [5; 6]. Важливо фокусуватися на всіх операціях процесу, який породжує або усуває дефекти, а не на самих дефектах. У межах цього підходу дефект – це що завгодно, що гальмує процес або послугу або заважає їм.

За цим методом план дій передбачає:

- формування команди з фахівців, які володіють методом шести сигм;
- виявлення проблем, які потребують розв'язання;
- розпізнавання, оцінку та вимірювання потенційних дефектів продукції, процесу чи послуги, а також їх наслідків;
- виявлення причин появи цих дефектів, визначення дій задля їх усунення;
- усунення потенційних дефектів;
- упровадження стандартизованих методів, прийомів і процесів, що забезпечуватимуть кращі показники у своєму класі [7].

Кайдзен є концепцією безперервного вдосконалення, у основі якої – безперервне вдосконалення діяльності (процесів виробництва, розробки, допоміжних бізнес-процесів та управління) за участю всіх співробітників організації, від робітників до вищого керівництва. Основним принципом кайдзен є використання мінімуму ресурсів для отримання максимального результату. Складовими філософії кайдзен є скорочення витрат, організація роботи, контроль якості, стандартизація [4; 7].

Скорочення витрат. Витрати скорочуються за рахунок безперервного підвищення ефективності роботи, скорочення витрат на виробництво й управління.

Організація роботи. Основною метою є досягнення максимально можливого порядку на робочому місці, що дає змогу забезпечити оптимальну продуктивність і ефективність кожного співробітника.

Контроль якості. Контроль дає змогу забезпечити високу якість продукції та найоптимальнішу продуктивність праці у межах всієї компанії.

Стандартизація. Дисципліна й безперервне навчання співробітників дають змогу підтримувати високий рівень ефективності виробничих і організаційних процесів, а також високу якість виготовлюваних товарів і надаваних послуг.

На підставі аналізу робіт вітчизняних і зарубіжних науковців систематизовано основні методи безперервного вдосконалення бізнес-процесів, виявлено мету їх застосування, а також переваги та недоліки (табл. 2) [3–5; 7].

Таблиця 2

Переваги та недоліки застосування методів безперервного вдосконалення бізнес-процесів

Назва	Мета	Переваги	Недоліки
Цикл Шухарта–Демінга (PDCA)	Орієнтація на потреби споживачів і вдосконалення якості продукції	Постійне підвищення якості продукції, удосконалення якості виробничих процесів, орієнтація на споживачів та їх вимоги щодо якості продукції; підвищення відповідальності працівників за якість продукції та виробничих процесів, діяльність окремих працівників є орієнтованою на досягнення якісних показників підприємства	Складно проводити масштабні вдосконалення. У разі недосягнення запланованих результатів не завжди можна зрозуміти, чим це спричинено: самим удосконаленням або недоліками його впровадження
Кайдзен	Поліпшення якості бізнес-процесів на всіх етапах реалізації через сукупність інструментів (5S, just-in-time та ін.)	Системне управління якістю бізнес-процесу на всіх етапах створення додаткової вартості кінцевого продукту	Складність адаптації більшості інструментів методу до менталітету персоналу та реалій вітчизняного виробництва
Шість сигм	Досягнення дефектності на рівні не більше трьох-чотирьох дефектів на мільйон виробів	Змушує персонал підприємства заново вчити способи виконання робіт, а не лише налагоджувати існуючі системи. Використовуваний статистичний інструментарій і способи підвищення якості є пов'язаними між собою, що забезпечує простоту проведення й ефективність аналізу	Ігноруються такі можливості для підвищення якості бізнес-процесу, як скорочення непродуктивної діяльності, зниження часу очікування, зменшення запасів і транспортних витрат, оптимізація робочих місць

Таким чином, бізнес-процеси підприємства, які планується вдосконалити, мають задовольняти сучасним вимогам до якості, сервісу, гнучкості та вартості. Розглянуті методи дають змогу максимізувати якість бізнес-процесів, підвищити за рахунок цього конкурентоспроможність підприємства. Удосконалення бізнес-процесів, як і раніше,

завдяки результативності залишається привабливою, але складною задачею, успішне розв'язання якої можливе лише за всебічної підготовки та залучення як керівництва компанії, так і рядових виконавців.

Науковий керівник – канд. екон. наук, викладач Кіна Д. В.

Література: 1. Бизнес-гlossарий. URL: <http://www.e-biblio.ru/xbook/new/xbook346/index.html?go=part-007>. 2. Бизнес-философия кайдзен: как оптимизировать процессы в компании по-восточному. URL: <https://businessviews.com.ua/ru/business/id/biznes-filosofija-kaizen-kak-optimizirovat-processy-v-kompanii-po-vostochnomu-518>. 3. Деминг Э. Выход из кризиса: новая парадигма управления людьми, системами и процессами. М. : Альпина Паблишер, 2012. 420 с. 4. Криворучко О. М., Сукач Ю. О. Безперервне удосконалення бізнес-процесів підприємства. *Економіка транспортного комплексу*. 2016. № 27. С. 41–51. 5. Нойманн Э., Хайсингтон С. Качество на уровне Шесть Сигма / пер. с англ. Днепропетровск : Баланс-Клуб, 2004. 440 с. 6. Репин В. В., Елиферов В. Г. Процессный подход к управлению. Моделирование бизнес-процессов. М. : Манн, Иванов и Фербер, 2013. 544 с. 7. Фролова Л. В., Кравченко Е. С. Формирование бизнес-модели предприятия. Киев : Центр учебной литературы, 2012. 384 с.

УПРАВЛІННЯ ТРАНСПОРТНО-СКЛАДСЬКОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ НА ПІДПРИЄМСТВІ

УДК 338

Дегтярьов В. С.

Магістрант 1 року навчання
факультету менеджменту і маркетингу ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. Проаналізовано теоретико-прикладні аспекти транспортно-складських процесів, що вимагають концентрації у певних місцях необхідних запасів, для зберігання яких призначено відповідні склади. Обґрунтовано, що пов'язані із функціонуванням складів проблеми істотно впливають на раціоналізацію руху матеріальних потоків у логістичному ланцюзі, використання транспортних засобів і витрати обігу.

Ключові слова: підприємство, організація, виробництво, фінансовий результат, логістика, транспортно-складська діяльність, раціоналізація руху матеріальних потоків.

Аннотация. Проанализированы теоретико-прикладные аспекты транспортно-складских процессов, требующих концентрации в определенных местах необходимых запасов, для хранения которых предназначены соответствующие склады. Обосновано, что связанные с функционированием складов проблемы существенно влияют на рационализацию движения материальных потоков в логистической цепи, использование транспортных средств и издержки обращения.

Ключевые слова: предприятие, организация, производство, финансовый результат, логистика, транспортно-складская деятельность, рационализация движения материальных потоков.

Annotation. Analyzed theoretical and applied aspects of transport and storage processes that require the concentration in certain places of the necessary stocks, which are stored in the appropriate warehouses. It is substantiated that the problems associated with the operation of warehouses significantly affect the rationalization of the movement of material flows in the logistics chain, the use of vehicles and distribution costs.

Keywords: enterprise, organization, production, financial result, logistics, transport and warehousing, rationalization of the movement of material flows.



Процеси транспортування, зберігання, складування та вантажопереробки, які у зарубіжній економічній літературі заведено називати фізичним розподілом продукції, обов'язково наявні при будь-якому виробництві товарно-матеріальних цінностей. Важливим є усвідомлений комплексний підхід до управління фізичним розподілом продукції, включаючи зберігання, транспортування, складування та вантажопереробку. На думку фахівців Інституту дослідження товароруку і кон'юнктури оптового ринку (ІТКОР), логістизація фізичного розподілу продукції дає змогу скоротити повторні складські перевезення вантажів не менш ніж удвічі.

Дослідженням проблем управління транспортно-складською діяльністю в підприємстві займалися Булаво В. Г., Войчак А. В., Тривід О. М., Деружинський Г. В., Бакуніна І. М. та ін. Однак, логістизація економіки торкнулася передусім вантажно-розвантажувальних і транспортно-складських робіт, а для значної частини науковців і практиків основним предметом логістики залишаються процеси транспортування, складування, зберігання та вантажопереробки.

Метою написання статті є узагальнення та розвиток теоретичних положень щодо управління логістичними процесами фірм у сфері транспортно-складської діяльності.

Досить поширена ідентифікація управління транспортно-складськими потоками з логістикою для багатьох зробила непотрібним термін «транспортно-складська логістика». Однак, вважаємо використання категорії «транспортно-складська логістика» цілком доречним. До нього належать управління транспортно-складськими потоками фірми у процесі виробництва та реалізації продукції та послуг. Транспортно-складські потоки фірми формуються під впливом сукупності зовнішніх і внутрішньофірмових факторів.

Звернемо особливу увагу серед зовнішніх факторів на вибір місцезнаходження фірми. Усі фактори, що впливають на розміщення фірми, можуть бути розподілені на три великі групи:

- транспортні та деякі інші витрати виробництва, зміна яких залежить від віддаленості фірми від основних постачальників матеріально-технічних ресурсів і покупців готової продукції;
- витрати, що є пов'язаними з оплатою праці, електроенергії, водопостачання, виплатою податків, внесків на соціальне страхування, позичкових відсотків, із кліматичними характеристиками місцевості, а також політичним оточенням;
- економія на агломерації чи дегломерації, яка багато в чому стосується транспортних комунікацій та інших елементів інфраструктури [3].

Ключовими показниками ефективності роботи транспортно-складської логістики є показники задоволеності клієнтів якістю наданих складських послуг, своєчасністю і точністю даних про збережені товари. Важливими також є коефіцієнти використання складських площ, середній час виконання операцій комплектації складського замовлення, коефіцієнти втрат і псування продукції на складі, собівартість складських послуг [4].

Одним із визначальних факторів, що позитивно впливають на ці показники, є використання у виробничій діяльності сучасної автоматизованої підсистеми управління складом.

Підсистема управління складським господарством (WMS, Warehouse Management System) забезпечує автоматизацію таких основних бізнес-процесів складського господарства: планування, диспетчеризації і контролю виконання операцій приймання, розміщення, внутрішніх переміщень, відбору, пакування і відвантаження товарів на відповідальному зберіганні; оптимізацію розміщення та підвищення ефективності від використання складських обсягів; оцінку надаваних клієнтам складських послуг, виставлення рахунків; надання інформації клієнтам логістичного центра [5].

Розглянемо основні функціональні вимоги до автоматизованої підсистеми управління складським господарством.

1. Вимоги до номенклатурних довідників і одиниць вимірювання:

- підтримка гнучкої структури номенклатурних довідників, можливість ведення кількох номенклатурних довідників;
- можливість запровадження обмеження на область видимості елементів довідників залежно від налаштувань складського обліку на конкретному складі;
- можливість введення додаткових атрибутів (характеристик товарів), синонімів, кодів виробників і вантажозберігачів;
- визначення правил упаковки номенклатури відповідно до розмірів і характеристик тари.

2. Вимоги до точності обліку:

- можливість гнучкого налаштування точності обліку за складом, зоною, адресою;
- роздільний облік за клієнтами;
- облік за номенклатурними номерами;
- партійний облік, облік за серійними номерами;

- комплексний контейнерний облік за номерними знаками: склад контейнерів, вкладеність;
- контроль виконання допустимих операцій із товарами залежно від статусу;
- облік страхової вартості запасу на складі.

3. Вимоги до реєстрації в підсистемі операцій зі складськими запасами:

- обробка надходжень за попередніми повідомленнями;
- приймання на відповідальне зберігання;
- вхідний контроль надходжень;
- оформлення актів розбіжностей;
- прийом повернень за здійснення дистриб'юторських операцій;
- заморожування, резервування запасів;
- періодична інвентаризація товарів і суцільна;
- списання відбракованої продукції.

4. Вимоги до автоматизації, диспетчеризації та виконання складських операцій:

- друк спеціалізованих звітних форм;
- друк супровідних документів.

5. Вимоги до забезпечення інтерфейсів зі складським обладнанням із використанням штрихового кодування.

Для обробки операцій із товарами з використанням штрих-кодування застосовують обладнання, призначене для маркування товару (принтер для друку етикеток зі штрих-кодом і для зчитування інформації (штрих-коду); скануючий пристрій, підключений до терміналу введення даних, до мобільного комп'ютера).

6. Використання RF-пристроїв. Для забезпечення роботи з мобільними RF-пристроями використовують:

- RF-пристрій: мобільний комп'ютер, з'єднаний зі сканером; комп'ютер, систему зберігання; базову RF-станцію (Router) – мережеве обладнання LAN або WAN;
- підсистема має підтримувати роботу за основними складськими операціями із застосуванням мобільних RF-комп'ютерів і систем зберігання;
- для пристроїв, що підтримують GUI інтерфейс, мають бути розроблені програми сервера доступу мобільних додатків [5].

Портали RFID забезпечують точність контролю потоку товару. Підсистема складського обліку інтегрується з порталом для автоматизації таких процесів (табл. 1) [4].

Таблиця 1

Підсистема складського обліку автоматизації процесів

Назва процесу	Метод автоматизації
Приймання	– автоматичне узгодження накладної; – автоматизація розміщення: що, коли, куди
Відвантаження	– зменшення помилок; – перевірка всіх відправлень у реальному часі; – зниження втрат
Контроль переміщень	– аутентифікація; – контроль доступу

Програмні продукти для управління складами, вантажопотоками, транспортним засобами повинні взаємодіяти з програмами автоматизованого управління матеріальними ресурсами, наприклад пакетом SAP R/3.

На сучасному етапі логістика зазнає змін, що є пов'язаними з глобальними змінами в економіці та світовій торгівлі внаслідок глобалізації, підвищення вартості енергоресурсів і загострення конкуренції. На програмне забезпечення впливають нові логістичні технології, наприклад радіочастотна технологія ідентифікації (RFID). Клас моделей управління запасами відрізняється різноманітністю розв'язуваних завдань як у змістовному, так і у методичному плані [6].

Таким чином, новизна пропозицій полягає в узагальненні та розвитку теоретичних положень щодо управління логістичними процесами фірм у сфері транспортно-складської діяльності. Виокремлено основні функціональні вимоги до автоматизованої підсистеми управління складським господарством, уточнено методи автоматизації підсистеми складського обліку. Переміщення матеріальних потоків у логістичному ланцюзі неможливе без концентрації в певних місцях необхідних запасів, для зберігання яких призначені відповідні склади. Рух через склад є пов'язаним із витратами живої та уречевленої праці, що збільшує вартість товару. Проблеми, що є пов'язаними з функціонуванням складів, істотно впливають на раціоналізацію руху матеріальних потоків у логістичному лан-



цюзі, використання транспортних засобів і витрати обігу. Тому склад слід розглядати не ізольовано, а як інтегровану складову логістичного ланцюга. Лише такий підхід сприятиме забезпеченню успішного виконання основних функцій складу, досягненню високого рівня рентабельності підприємства.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Колодізева Т. О.

Література: 1. Булавко В. Г., Никитенко П. Г. Формирование транспортно-логистической системы Республики Беларусь. Минск : Белорусская наука, 2009. 356 с. 2. Войчак А. В. Сучасні тенденції розвитку каналів розподілу. *Маркетинг в Україні*. 2000. № 2. С. 42–43. 3. Миротин Л. Б., Безель Б. П., Сулейменов Т. О., Мадалиев К. О. Транспортная логистика : учебное пособие. М. : МАДИ, 1996. 210 с. 4. Тридід О. М., Таньков К. М. Логістичний менеджмент : навч. посіб. Харків : ІНЖЕК, 2005. 224 с. 5. Деружинский Г. В., Морозов И. А. Транспортный сервис и логистика : учебное пособие. Новороссийск : НГМА, 2000. 294 с. 6. Бакунина И. М., Кретов И. И. Управление логистической системой (методологические аспекты). *Менеджмент в России и за рубежом*. 2003. № 5. С. 69–75.



СТРУКТУРНО-ФУНКЦІОНАЛЬНЕ МОДЕЛЮВАННЯ ТЕХНОЛОГІЇ ОЦІНЮВАННЯ ФІНАНСОВОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА

УДК 658.15

Донченко Д. С.

Студент 4 курсу
фінансового факультету ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. Оцінено рівень фінансової безпеки підприємства ТОВ «СД-АРГО» із застосуванням структурно-функціонального моделювання. За результатами запропоновано напрями коригування рівня фінансової безпеки підприємства задля поліпшення його фінансового стану.

Ключові слова: підприємство, організація, виробництво, фінансовий результат, фінансовий стан, фінансова безпека, структурно-функціональне моделювання, контекстна діаграма, декомпозиційна модель.

Аннотация. Оценен уровень финансовой безопасности предприятия ООО «СД-АРГО» с применением структурно-функционального моделирования. По результатам предложены направления корректировки уровня финансовой безопасности предприятия для улучшения его финансового состояния.

Ключевые слова: предприятие, организация, производство, финансовый результат, финансовое состояние, финансовая безопасность, структурно-функциональное моделирование, контекстная диаграмма, декомпозиционная модель.

Annotation. The level of financial and security of the company SD-ARGO LLC was evaluated using structural-functional modeling. According to the results, the proposed directions for adjusting the level of financial security of the enterprise to improve its financial condition.

Keywords: enterprise, organization, production, financial result, financial condition, financial security, structural and functional modeling, contextual diagram, decomposition model.

За умов нестабільності світової та національної економіки, невизначеності перспектив фінансово-господарської діяльності вітчизняним підприємствам необхідно створювати власну систему фінансової безпеки, що захистила б їх від фінансових ризиків і загроз.

Застосування структурно-функціонального моделювання дає змогу визначити попередній і поточний фінансовий стан, простежити тенденції розвитку, а також можливі альтернативи для покращення або підтримання рівня фінансової безпеки.

Дослідженням питань, що є пов'язаними із вивченням сутності, забезпеченням та управлінням фінансовою безпекою підприємств займалися і займаються Бланк І., Барановський О., Жаліло Я., Кизим М., Ареф'єва О., Єрмошенко М. та ін.

Метою написання статті є визначення можливих напрямів оптимізації фінансової безпеки підприємства.

У сучасній концепції оцінки фінансової безпеки підприємства заведено застосовувати систему процесів із побудовою структурно-функціональних моделей, що дають змогу встановити та ієрархічно збудувати процеси, які безпосередньо належать до оцінки фінансової безпеки підприємства; визначити входи та виходи цих процесів, їх взаємозв'язок; ідентифікувати кожний процес за характерними аспектами.

Найадекватніший опис процесів можна зробити за застосування моделювання. Метою цього процесу є створення точного, лаконічного, зручного для сприйняття й аналізу опису системи як сукупності взаємодіючих компонентів і взаємозв'язків між ними. Процес оцінки рівня фінансової безпеки має складну внутрішню структуру й характер взаємодій між складовими елементами. Існує певна складність у застосуванні звичайних інструментів для опису цих процесів, що виявляється у неможливості встановлення зв'язків [3].

Одним зі шляхів розв'язання цієї проблеми є побудова декомпозиційної моделі із застосуванням процесно-орієнтованого підходу. Застосування цього підходу до управління пасивними операціями є зумовленим тим, що він орієнтований на розкриття цілісності процесу управління операціями та механізмів, що їх забезпечують; виявлення багатоаспектних управлінських зв'язків, реалізує подання процесу управління у вигляді ієрархічної моделі, що відображає не лише поточний стан процесу, а й процеси, які їх формують; забезпечує узгодженість результатів [1].

Для розкриття сутності процесу управління пасивними операціями в межах процесного підходу застосовують методологію функціонального моделювання та графічного описання процесів IDEF0, особливістю якої є акцент на ієрархічне подання об'єктів, що значно полегшує розуміння предметної області. Одним з основних понять стандарту IDEF0 є декомпозиція. Принцип декомпозиції є застосуванням при розбитті складного процесу, яким є управління фінансовою стійкістю, на складові функції. Декомпозиція дає змогу поступово та структуровано подати модель системи у вигляді ієрархічної структури окремих діаграм, що робить її не такою переобтяженою й легше засвоєною [3].

На першому етапі моделювання побудовано контекстну діаграму найабстрактнішого рівня опису процесу в цілому (рис. 1) [3].

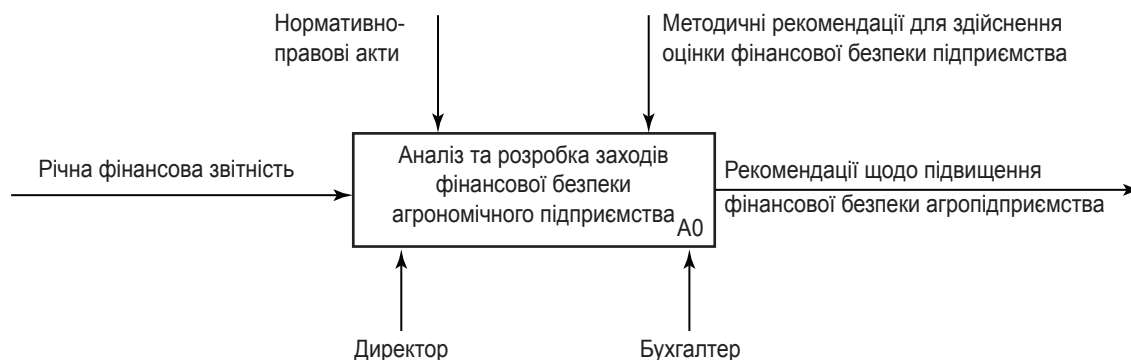


Рис. 1. Контекстна діаграма процесу оцінки стану фінансової безпеки підприємства

Бачимо, що первісні дані для аналізу стану фінансової безпеки є вхідною інформацією. Механізмом впливу на вхідну інформацію є методичне забезпечення. На виході маємо отримати детермінований поточний рівень фінансової безпеки й виокремлені загрози втрати підприємством стабільності.

За розробленою контекстною діаграмою (рис. 1) бачимо, що у центрі діаграми знаходиться прямокутний блок, який є узагальненою функцією системи; його назва характеризує мету функціонування системи. Вхідна інформація є представленою фінансовою звітністю (форма № 1 «Баланс», форма № 2 «Звіт про фінансові результати», форма № 3 «Звіт про рух грошових коштів») та зовнішньою інформацією. За застосування вхідної інформації (фінансова звітність і зовнішня інформація), засобів управління (стратегію підприємства, НП(С)БО, методичні рекомендації щодо аналізу фінансової безпеки підприємства), засобів виконання (фінансовий відділ, програмно-апаратне забезпечення) розробляють заходи щодо покращення фінансових показників підприємства [3].

Наступним етапом моделювання є декомпозиція контекстної діаграми (блок А0, рис. 1), на якій детально зображені етапи аналізу фінансових результатів підприємства (рис. 2) [3].

Складовими деталізованого процесу є оцінка:

- ефективності управління;
- платоспроможності та фінансової стійкості;
- ділової активності;
- ринкової стійкості;
- інвестиційної привабливості [3].

Наступним етапом є проведення аналізу фінансових результатів підприємства за застосування обраної методики аналізу та сформованої системи показників. Заключним етапом є розробка заходів щодо покращення фінансової безпеки та інвестиційної привабливості.

Бачимо (рис. 3), що етапи є взаємопов'язаними між собою. Вихід із кожного попереднього блоку є входом для наступного. У процесі аналізу фінансової безпеки підприємства доцільно використовувати послідовні етапи. Проведення аналізу дає змогу отримати об'єктивну та повну інформацію.

Доцільно розглянути блок А4 детальніше, оскільки сутність саме цього блоку відображає безпосередньо основні етапи проведення аналізу фінансового стану та рентабельності підприємства, розробку заходів щодо покращення фінансової безпеки підприємства (рис. 3) [3].

На першому етапі аналізу фінансової безпеки підприємства за допомогою системи показників, методичних рекомендацій, фінансового відділу та програмно-апаратного забезпечення оцінюють ефективність діяльності підприємства, що істотно характеризує управління фінансовими активами та пасивами підприємства.

На другому етапі оцінюють платоспроможність і фінансову стійкість.

Фінансова стійкість характеризує ступінь фінансової незалежності підприємства щодо володіння своїм майном і його використання. Її можна оцінювати за різними критеріями:

- потенційною спроможністю підприємства покрити термінові зобов'язання мобільними активами;
- рівнем покриття матеріальних обігових коштів (запасів) стабільними джерелами фінансування;
- часткою власних або стабільних джерел у сукупних джерелах фінансування;
- коефіцієнтом маневреності робочого капіталу;
- коефіцієнтом співвідношення залученого і власного капіталу [3; 4].

Цим критеріям відповідають коефіцієнти, подані в попередньому підрозділі: коефіцієнт фінансової стійкості (стабільності), коефіцієнт фінансової незалежності (автономії), коефіцієнт фінансової залежності, коефіцієнт фінансового ризику, а також ліквідність і платоспроможність підприємства.

Ліквідністю підприємства є його здатність швидко продати активи й одержати гроші для оплати своїх зобов'язань. Вона характеризується співвідношенням величини високоліквідних активів підприємства (грошових коштів, ринкових цінних паперів, дебіторської заборгованості) і короткострокової заборгованості.

Платоспроможністю підприємства є його здатність своєчасно й у повному обсязі виконувати свої фінансові зобов'язання перед кредиторами [3; 4].

Таким чином, формалізований опис усіх підпроцесів, а також характеру взаємозв'язків між ними, що є складовими модельованого процесу оцінки фінансової безпеки підприємства, дає змогу наочніше подати раціоналізацію комплексу заходів, що є застосовуваними для детермінації рівня захищеності підприємства та ідентифікації загроз втрати підприємством стабільності.

Науковий керівник – д-р екон. наук, професор Проноза П. В.

Література: 1. Могиліна Л. А. Управління фінансовою безпекою підприємств в умовах економічної нестабільності : автореф. дис. ... канд. екон. наук : 08.00.08. Суми, 2015. 22 с. 2. Бланк И. А. Управление финансовой безопасностью предприятия. Киев : Эльга ; Ника-Центр, 2004. 784 с. 3. Петренко Л. М. Моделювання процесів управління фінансовою безпекою підприємства : автореф. дис. ... канд. екон. наук : 08.00.11. Київ, 2010. 20 с. 4. Карпузов Є. П. Визначення фінансової безпеки підприємства: поняття, зміст, значення і функціональні аспекти. *Актуальні проблеми економіки*. 2012. № 8. С. 172–181.

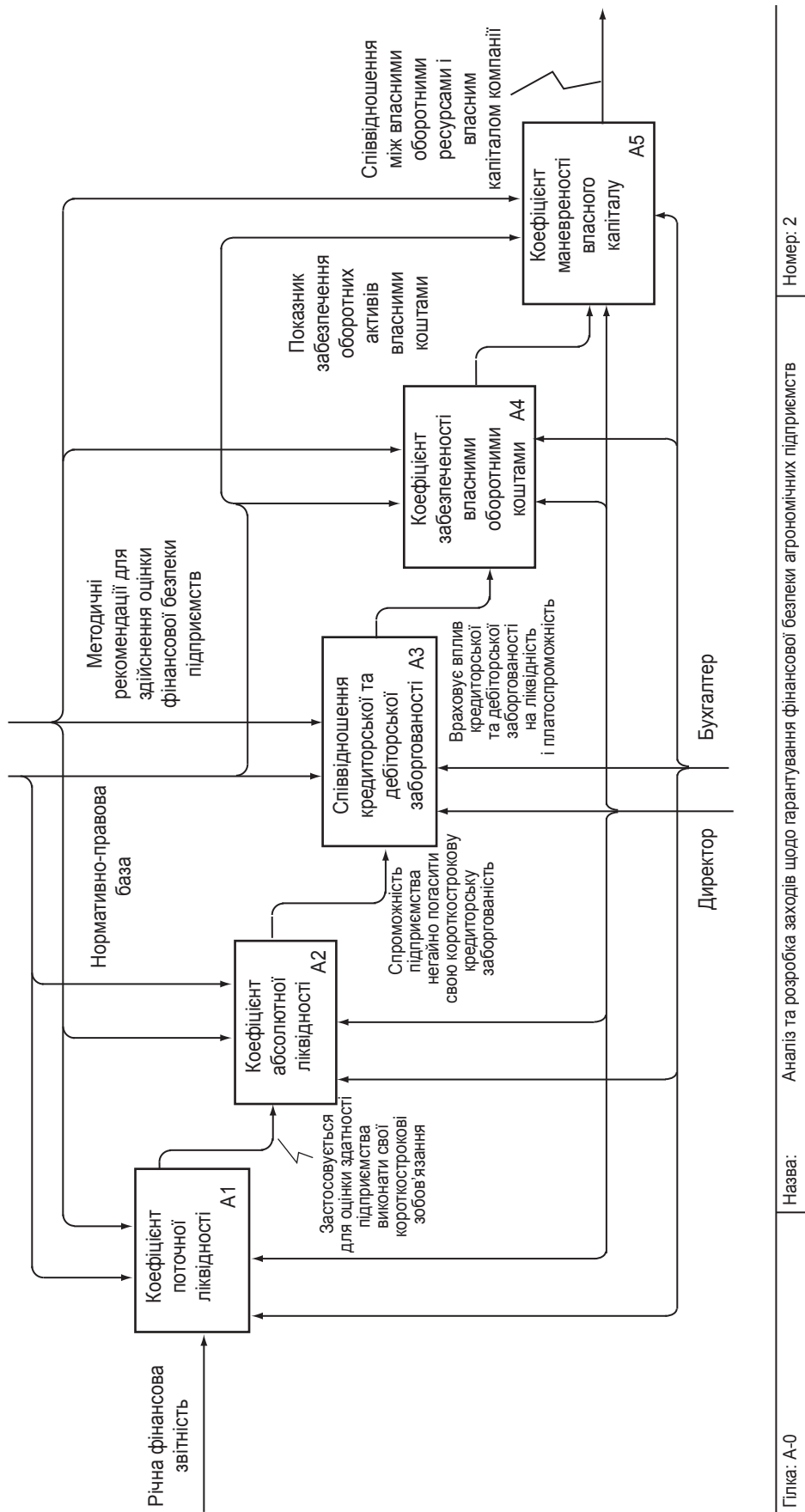


Рис. 2. Декомпозиція контекстної діаграми у стандарті IDEFO (блок А0)

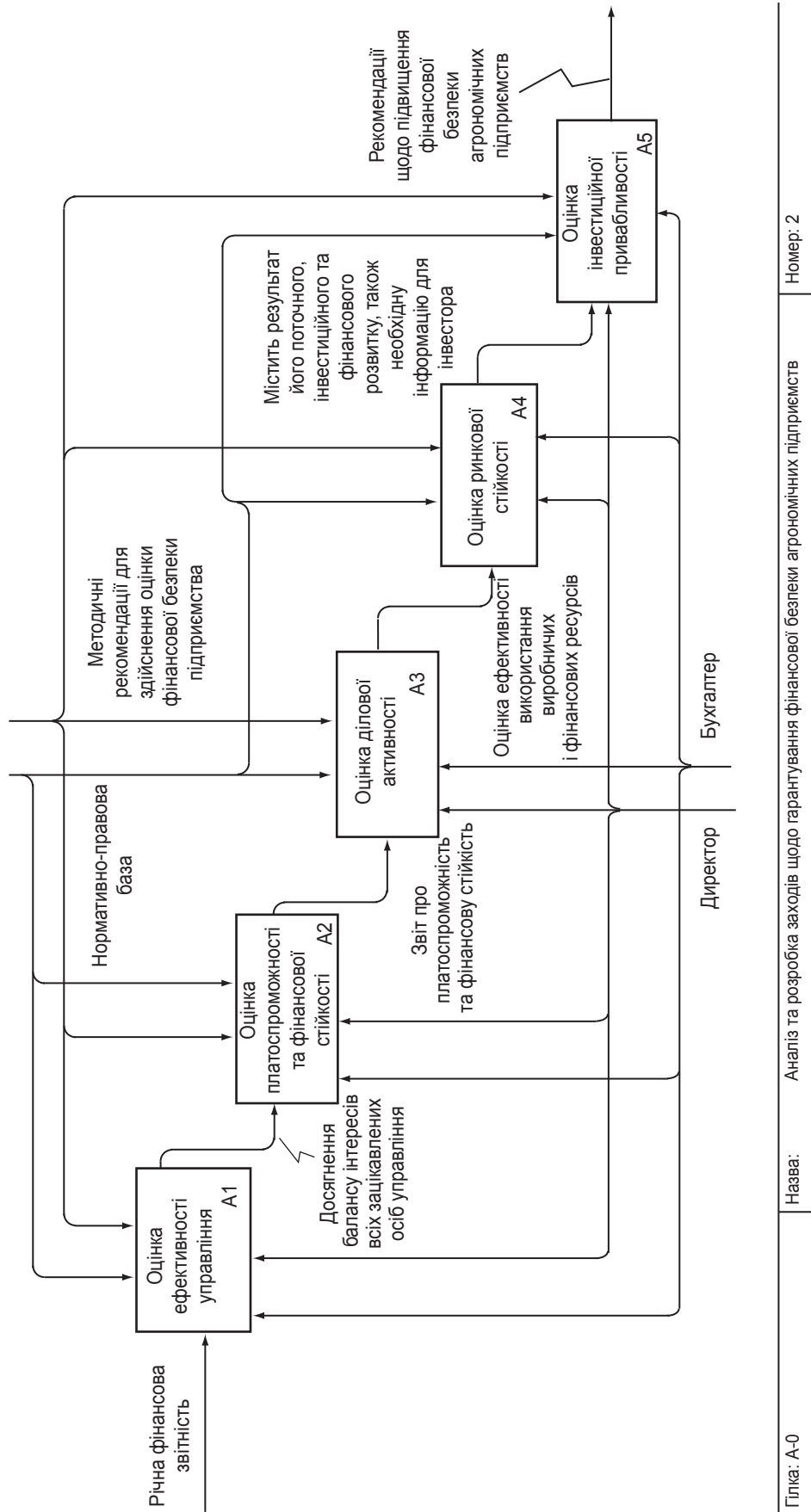


Рис. 3. Декомпозиція контекстної діаграми у стандарті IDEFO (блок № 3)

**АНАЛІЗ СТРАТЕГІЧНИХ АЛЬТЕРНАТИВ
ПАТ «ПІВДЕННО-ЗАХІДНА ЗАЛІЗНИЦЯ»
НА ПІДСТАВІ ПОЗИЦІОНУВАННЯ
В МАТРИЦІ ФІНАНСОВОЇ РІВНОВАГИ**

УДК 658.14/.17:005.5:519.6

Драгіцина Ю. О.

Магістрант 1 року навчання
фінансового факультету ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. На підставі даних стратегічного аналізу визначено стадію фінансового розвитку підприємства із використанням матричного підходу шляхом визначення поточного місця підприємства в матриці фінансових стратегій Франшона Ж. та Романе І.

Ключові слова: підприємство, організація, фінанси, стратегія, фінансовий стан, фінансова стратегія, стратегічний аналіз, матричний підхід, матриця Франшона–Романе, позиціонування.

Аннотация. На основании данных стратегического анализа определена стадия финансового развития предприятия с использованием матричного подхода путем определения текущего места предприятия в матрице финансовых стратегий Франшона Ж. и Романе И.

Ключевые слова: предприятие, организация, финансы, стратегия, финансовое состояние, финансовая стратегия, стратегический анализ, матричный подход, матрица Франшона–Романе, позиционирование.

Annotation. Based on the data of the strategic analysis, the stage of financial development of the enterprise was determined using the matrix approach by determining the current place of the enterprise in the matrix of financial strategies of Franchon G. and Romane I.

Keywords: enterprise, organization, finance, strategy, financial condition, financial strategy, strategic analysis, matrix approach, Franchon–Romane matrix, positioning.

Сучасними економічними перетвореннями зумовлено значні зміни в економіці країни й у фінансовій сфері зокрема. Висока конкурентоспроможність, платоспроможність, фінансова стійкість і прибутковість підприємства забезпечуються завдяки правильному веденню фінансів, що передбачає управління активами, витратами, інвестиціями, оборотними коштами, прибутком у короткостроковому та довгостроковому періодах, плануванням основних фінансово-економічних показників на поточний період і на перспективу. Єдність цих складових формує фінансову стратегію і є відправною точкою в управлінні підприємством.

Управління фінансовою стратегією є складним та багатоаспектним процесом. Вплив кожного фактора, як зовнішнього, так і внутрішнього середовища, визначають організаційну форму та структуру механізму фінансової стратегії, що буде сформована для досягнення цілей. Найсуттєвіше на фінансову стратегію та її механізм впливають якість фінансового менеджменту та фінансових ресурсів [1].

Нині потреба у формуванні фінансової стратегії є важливою складовою успішного функціонування будь-якого підприємства, незалежно від розміру, організаційно-правової форми та виду діяльності. Однак, аналіз окремих публікацій дає підстави стверджувати, що сучасні науково-методичні підходи щодо питань формування фінансових стратегій не розроблено належно як у науковому, так і в організаційно-практичному аспекті.

Дослідженням питань розробки й реалізації фінансової стратегії на підприємствах займалися Портер М., Ансофф І., Бланк І., Гриньов А., Хвостенко В., Савчук В., Радова Л. та ін.

Метою написання статті є визначення стану аналізованого підприємства із застосуванням матриці Франшона–Романе в динаміці, а також надання рекомендацій щодо ефективного формування його фінансової стратегії.

Цей метод дає змогу не лише визначити поточний стан підприємства з точки зору фінансового ризику, але й розглянути ситуацію в динаміці, що дозволяє прогнозувати зміни фінансової стратегії залежно від зміни важливих показників діяльності, а також планувати майбутній стан підприємства, цілеспрямовано змінюючи ці показники та знижуючи рівень фінансового ризику [2].

Метод Франшона–Романе ґрунтується на розрахунку трьох показників: результату господарської діяльності, результату фінансової діяльності та результату фінансово-господарської діяльності.

Результат господарської діяльності (РГД) є сумою коштів, що залишаються у розпорядженні підприємства після фінансування виробничого розвитку. Якщо результат господарської діяльності є додатним, то підприємство забезпечує реалізацію принципу самофінансування свого розвитку, від'ємним – підприємство залучає позикові ресурси для фінансування своїх виробничих потреб, оскільки власних ресурсів для цього не вистачає. Результат фінансової діяльності (РФД) є зміною обсягу заборгованості підприємства, скоригованою на обсяг фінансових витрат (відсотків за кредит), дивідендних і податкових виплат. Додатне значення результату фінансової діяльності свідчить про залучення додаткових джерел фінансових ресурсів, незважаючи на їх платність, від'ємне – про те, що підприємство зменшує обсяг позикових джерел фінансування, знижуючи при цьому ефективність політики щодо формування структури капіталу підприємства, якщо рівень залучення позикових ресурсів є надмірним або кредитні ресурси не є доступними [3].

Результат фінансово-господарської діяльності (РФГД) обчислюють як суму результатів господарської та фінансової діяльності підприємства. Він дає змогу оцінити обсяг вільних грошових коштів підприємства після фінансування ним усіх витрат та виробничого розвитку. Додатне значення результату фінансово-господарської діяльності свідчить про наявність у підприємства вільних грошових коштів для фінансування інших напрямів діяльності, від'ємне – про нестачу вільних грошових коштів, що може призвести до ліквідних ускладнень або скорочення можливостей підприємства.

Матрицю, за якою визначають стадії фінансового розвитку підприємства, подано в табл. 1 [2; 3].

Таблиця 1

Матриця фінансових стратегій

Стадія фінансового розвитку	Гальмування	Стабілізація	Зростання
	РФД < 0	РФД = 0	РФД > 0
РГД > 0	1. Батько сімейства	4. Рантьє	6. Дилема
РГД = 0	7. Епізодичний дефіцит	2. Сійка рівновага	5. Атака
РГД < 0	9. Кризовий стан	8. Материнське суспільство	3. Нестійка рівновага

Матриця дає змогу спрогнозувати критичний шлях підприємства на майбутнє, окреслити допустимі межі фінансового ризику, виявити поріг можливостей підприємства [4].

Розрахунок фінансових показників підприємства подано в табл. 2 [4].

Таблиця 2

Розрахунки фінансових показників підприємства

Роки	РГД	РФД	РФГД	Стан фінансового ризику
2015	-1030819,8	2535	-1028284,8	Гальмування: підприємство розвивається неефективно, поставлені цілі не досягаються
2016	-1013148,8	2348	-1010800,8	
2017	-980866,6	2503	-978363,6	

Бачимо (табл. 2), що результат фінансової та господарської діяльності є від'ємним. Оскільки підприємство перебуває на стадії гальмування фінансового розвитку, пріоритетною сферою фінансового розвитку, що забезпечує реалізацію фінансової стратегії, є формування достатнього рівня фінансової безпеки підприємства.

Розглянемо стан підприємства на матриці фінансової стратегії та можливі шляхи їх зміни (табл. 3) [4].

Таблиця 3

Позиціонування ПАТ «Південно-Західна залізниця» у матриці фінансових стратегій, 2015–2017 рр.

Стадія фінансового розвитку	Гальмування	Стабілізація	Зростання
	РФД < 0	РФД = 0	РФД > 0
РГД > 0	1	4	6
РГД = 0	7	2	5
РГД < 0	9	8	3

Додатково на таблиці 3 є діаграма, що показує шляхи позиціонування ПАТ «Південно-Західна залізниця» у матриці фінансових стратегій за роки 2015, 2016 та 2017. Ці роки позначені в колах, а стрілки вказують на переходи між ними: 2015 → 2016 → 2017, а також є стрілки, що вказують на інші частини матриці.



У 2015–2017 рр. підприємство мало від’ємний результат фінансово-господарської діяльності та перебувало у зоні дефіциту. Положення підприємства у восьмому квадраті дозволить комплексно оцінити стратегічну фінансову діяльність.

Значення результату фінансової діяльності протягом аналізованого періоду становить незначну частину у сумі фінансової та господарської діяльності, тому вважатимемо, що РФД = 0.

Характерна для восьмого квадрату матриці фінансових стратегій ситуація має назву «Материнське суспільство»: підприємство розвивається, але недостатньо ефективно, стрибкоподібно, зростання вартості підприємства не спостерігається. Підприємство постійно відчуває нестачу ліквідних активів. За значного зростання рентабельності й прискорення оборотності коштів можливе переміщення у квадрат 2.

Перехід до квадрата 7 матиме місце у разі подальшої відмови від використання позикових коштів у наявних обсягах за незмінного результату господарської діяльності, що засвідчить дефіцит ліквідних коштів. Зміна позиції підприємства у межах діагоналі матриці не призведе до розбалансування фінансових потреб і можливостей. Цей квадрат має назву «Епізодичний дефіцит» та характеризується неузгодженістю термінів надходження й використання інвестицій.

Якщо показники рентабельності знижуватимуться та матимуть від’ємні значення, підприємство може зміститися до квадрата 9 «Кризовий стан», якому відповідає від’ємне значення виробничої та фінансової діяльності, отже, і від’ємна рентабельність та невиконання умов ліквідності. У такому разі підприємству слід вкладати кошти у свій розвиток і погашати заборгованість за рахунок отриманого прибутку.

Для покращення фінансового стану підприємству необхідно:

- віднайти та мобілізувати резерви зростання економічної прибутковості;
- знайти можливості для зниження ФЕП за рахунок прискорення швидкості обігу коштів;
- «законсервувати» виробничі інвестиції або вивільнення коштів у господарський обіг;
- знайти можливості для здешевлення позикових ресурсів (за рахунок покращання політики залучення ресурсів, отримання пільг, у тому числі й податкових, невиплати дивідендів);
- знайти нетрадиційні джерела фінансових ресурсів за рахунок розширення кредиторської заборгованості, використання лізингу та ін. [1; 5].

Якщо всі розглянуті дії не дадуть позитивного результату, слід провести реструктуризацію підприємства.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Полтініна О. П.

Література: 1. Хвостенко В. С. Методичний підхід до комплексної оцінки стратегії фінансового розвитку підприємства. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка»*. 2011. № 698. С. 125–132. 2. Семенов А. Г. Матриця фінансових стратегій. *Вісник економічної науки України*. 2008. № 2. С. 139–143. 3. Горянова И. С. Определение стадии финансового развития предприятия в процессе разработки финансовой стратегии. *Инновационная экономика*. 2010. № 4. С. 63–65. 4. Бутиріна В. М., Верещаєва Г. А. Визначення фінансової стратегії розвитку підприємства. *Науковий вісник НЛТУ України*. 2011. № 21. С. 177–182. 5. Іванюта С. М. Антикризове управління : навч. посіб. Київ : Центр навч. літ., 2007. 288 с.



ОПТИМІЗАЦІЯ СТРУКТУРИ КАПІТАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

УДК 658.152/.153-048.34

Єрмак А. А.

Студент 4 курсу
фінансового факультету ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. Розглянуто особливості процесу оптимізації структури капіталу підприємства, його основні етапи. Визначено фактори, що впливають на співвідношення позикових і власних фінансових ресурсів. Узагальнено методи оптимізації структури капіталу.

Ключові слова: підприємство, організація, фінанси, фінансові ресурси, капітал, власний капітал, позиковий капітал, оптимізація структури капіталу, рентабельність капіталу, фінансовий леверидж.

Аннотация. Рассмотрены особенности процесса оптимизации структуры капитала предприятия, его основные этапы. Определены факторы, влияющие на соотношение заемных и собственных финансовых ресурсов. Обобщены методы оптимизации структуры капитала.

Ключевые слова: предприятие, организация, финансы, финансовые ресурсы, капитал, собственный капитал, заемный капитал, оптимизация структуры капитала, рентабельность капитала, финансовый леверидж.

Annotation. The features of the process of optimization of the capital structure of the enterprise, its main stages are considered. The factors affecting the ratio of borrowed and own financial resources are determined. Generalized methods for optimizing the capital structure.

Keywords: enterprise, organization, finance, financial resources, capital, equity, debt capital, optimization of capital structure, return on equity, financial leverage.

Фундаментом створення та функціонування будь-якого суб'єкта господарювання є капітал, який у ході діяльності підприємства є фактором виробництва, інвестиційним ресурсом, а також забезпечує інтереси держави, власників і працівників. У процесі управління підприємством постає складна задача, яка передбачає встановлення оптимального співвідношення між власними й позиковими фінансовими ресурсами суб'єкта господарювання, що дозволяє забезпечити таку пропорційність між коефіцієнтом рентабельності капіталу і коефіцієнтом фінансової стійкості підприємства, яка б збільшувала його ринкову вартість.

Дослідженням проблем формування оптимальної структури капіталу займалися і займаються Холт Р., Бріггем С., Ковальов В., Бланк І., Гурнак О. та ін.

Метою написання статті є визначення теоретичних аспектів оптимізації структури капіталу з урахуванням факторів впливу на нього для забезпечення ефективного функціонування підприємства.

Процес оптимізації структури капіталу є найважливішою проблемою всіх суб'єктів господарювання. Так, зарубіжні науковці Шим Д. і Сігел Д. оптимальну структуру капіталу трактують як змішану структуру довгострокових джерел грошових коштів, використовуваних підприємством, що зводить до мінімуму загальні капітальні витрати, тобто як оптимальний критерій розглядається вартість капіталу [6]. Стоянова О. С. під оптимальною структурою капіталу розуміє таке співвідношення власного та позикового капіталу, що максимізує вартість акцій підприємства [7].

Отже, поняття «оптимізація структури капіталу» науковці визначають як пошук такого співвідношення між вартістю, втіленою у кошти підприємства, які належать йому та приносять прибуток, і вартістю, інвестованою у грошові кошти, що залучаються на основі їх повернення, що дозволить суб'єкту господарювання максимізувати ефективність своєї діяльності [7].

Процес оптимізації структури капіталу підприємства передбачає:

- горизонтальний і вертикальний аналіз пасиву балансу підприємства;
- аналіз фінансової стійкості підприємства із розрахунком відповідних коефіцієнтів;
- оптимізацію структури капіталу шляхом максимізації рівня фінансової рентабельності;
- оптимізацію структури капіталу шляхом мінімізації його вартості;

- оптимізацію структури капіталу шляхом мінімізації рівня фінансових ризиків;
- визначення цільової структури капіталу підприємства [3].

На практиці не існує єдиного методу формування раціонального співвідношення власних і позикових коштів підприємства. Але існують певні фактори, урахування впливу яких дає змогу сформувати таку оптимальну структуру капіталу, яка забезпечить умови найефективнішого його використання суб'єктом господарювання (рис. 1) [2; 3].

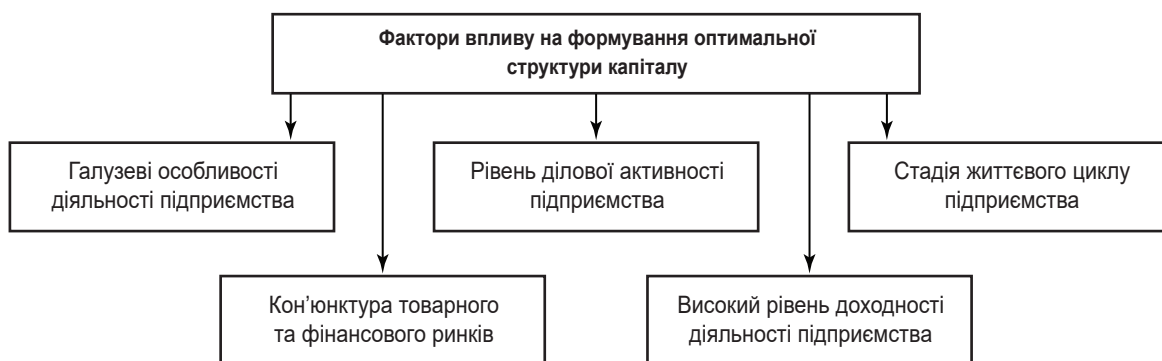


Рис. 1. Фактори впливу на формування оптимальної структури капіталу

Бачимо (рис. 1), що на формування оптимальної структури капіталу впливають суб'єктивні й об'єктивні фактори. Галузеві особливості діяльності підприємства визначають структуру його активів та їх ліквідність. Рівень ділової активності підприємства впливає таким чином, що зменшення тривалості операційного циклу надає більші можливості для використання залученого капіталу. Стадія життєвого циклу підприємства має особливе значення для формування структури капіталу, оскільки якщо підприємство лише розпочало свою діяльність, у структурі капіталу переважатиме позиковий капітал. Якщо підприємство вже перебуває на стадії зрілості, переважатиме власний капітал. Кон'юнктура товарного та фінансового ринків більше стосується позикового капіталу, оскільки чим вона є стабільнішою, тим безпечнішим є використання позикового капіталу. Якщо рівень стабільності порушується, це може спричинити зменшення обсягів залученого капіталу через зниження обсягів реалізованої продукції. Високий рівень доходності діяльності підприємства дозволяє йому зменшити використання позикового капіталу за рахунок капіталізації його прибутку [3].

Основні методичні підходи до оптимізації структури капіталу підприємства подано на рис. 2 [3].

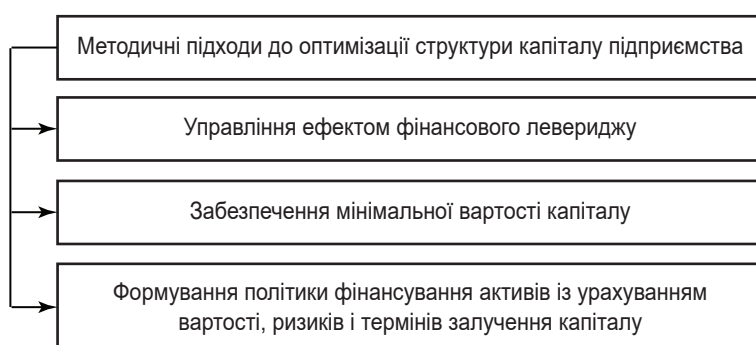


Рис. 2. Основні методичні підходи до оптимізації структури капіталу

Бачимо (рис. 2), що існують три основні підходи до оптимізації структури капіталу. Перший – оптимізація структури капіталу за критерієм максимізації рівня рентабельності власного капіталу, що містить різні розрахунки з використанням механізму фінансового левериджу. Другий підхід – забезпечення мінімальної вартості капіталу. Він базується на минулій оцінці вартості власного та позикового капіталу, розрахунку середньозваженої вартості капіталу й визначенні найреальнішої ринкової вартості суб'єкта господарювання. Третім є метод оптимізації структури капіталу за критерієм мінімізації фінансового ризику. Він пов'язаний із вибором різних комбінацій джерел фінансування оборотних і необоротних активів підприємства [3].

Для підвищення ефективності управління й оптимізації структури капіталу найпоширенішим є метод фінансового левериджу. Слід пам'ятати, що фінансовий леверидж – це використання суб'єктом господарювання позикового капіталу, що спричиняє зміни доходності власного капіталу та дозволяє йому отримати додатковий

прибуток на власний капітал. У свою чергу, ефект фінансового левєриджу є показником, що відображає рівень додаткового прибутку на власний капітал за різних комбінацій структури капіталу підприємства.

Оцінка й аналіз фінансового левєриджу є механізмом, що забезпечує максимізацію рівня рентабельності за заданого рівня фінансового ризику. У разі використання левєриджу визначається взаємозв'язок між вартістю активів підприємства, які дозволяють отримати конкретний прибуток, і прибутком. Фінансовий левєридж – це приріст рентабельності власних коштів, який отримано через використання кредиту, незважаючи на його платність [4].

Ефект фінансового левєриджу може бути як додатною, так і від'ємною величиною. Додатний ефект фінансового левєриджу спостерігається, якщо позикові кошти, які отримало підприємство під фіксовану відсоткову ставку, використовуються у такий спосіб, що приносять вищий прибуток, ніж фінансові витрати, тобто доходність загального капіталу підприємства є вищою, ніж середньозважена ціна позикового капіталу. До того ж цей ефект виникає не лише завдяки використанню кредиту, а й кредиторській заборгованості. Ефект левєриджу зростатиме зі зростанням частки останньої у сукупних позикових коштах. Отже, ефект фінансового левєриджу є зміною рентабельності власних коштів через використання суб'єктом господарювання позикових коштів у обігу [4].

Розрахунок показника ефекту фінансового левєриджу містить три складові (рис. 3) [4].



Рис. 3. Складові розрахунку показника ефекту фінансового левєриджу

Бачимо (рис. 3), що першою складовою розрахунку показника ефекту фінансового левєриджу є диференціал, що характеризує різницю між рентабельністю активів підприємства та середньою ціною позикових коштів. Друга складова – податковий коректор – є розміром прибутку, що залишається у підприємстві за вирахуванням податків і засвідчує залежність ефекту левєриджу від рівня оподаткування прибутку. Плече фінансового важеля визначає силу впливу цього важеля, свідчить про фінансову стійкість підприємства й показує, який розмір позикових коштів припадає на одну гривню власних коштів.

Отже, фінансовий левєридж є однією зі стратегічних характеристик економічного потенціалу підприємства.

Таким чином, під оптимальною структурою капіталу розуміють таке співвідношення між власними та позиковими фінансовими ресурсами, що забезпечує максимізацію ринкової вартості господарюючого суб'єкта, високий рівень платоспроможності та фінансової стійкості. Найпоширенішим підходом до оптимізації структури капіталу є метод за критерієм максимізації рівня рентабельності власного капіталу, у якому використовують механізм фінансового левєриджу, який є однією зі стратегічних характеристик економічного потенціалу підприємства. Другим підходом до оптимізації структури капіталу є забезпечення мінімальної вартості капіталу. Метод базується на минулій оцінці власного та позикового капіталу, визначенні середньозваженої вартості сукупного капіталу підприємства та пошуку його реальної вартості на ринку. Третім є підхід за критерієм мінімізації фінансового ризику, де використовують різні комбінації джерел фінансування оборотних і необоротних активів підприємства.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Полтініна О. П.

- Література:** 1. Бланк И. А. Финансовый менеджмент : учебный курс. Киев : Ника-Центр ; Эльга, 2001. 528 с. 2. Гурнак О. В. Кількісна оцінка ризику структури капіталу підприємства. *Актуальні проблеми економіки*. 2007. № 5. С. 99–104. 3. Ковалев В. В. Финансовый анализ. Управление капиталом. Выбор инвестиций. Анализ отчетности. М. : Финансы и статистика, 1997. 512 с. 4. Бригхэм Ю., Эрхардт М. Финансовый менеджмент / пер. с англ. под ред. Е. А. Дорофеева. СПб. : Питер, 2009. 960 с. 5. Холт Р. Основы финансового менеджмента / пер. с англ. М. : Дело ЛТД, 1993. 128 с. 6. Сигел Д., Шим Д. Финансовый менеджмент / пер. с англ. М. : Филинь, 1996. 400 с. 7. Стоянова Е. С. Финансовый менеджмент: теория и практика. М. : Перспектива, 2010. 656 с.

СУТНІСТЬ ТА ОЗНАКИ ІНФОРМАЦІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

УДК 658

Єршова О. О.

Магістрант 2 року навчання
факультету менеджменту і маркетингу ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. Розглянуто визначення сутності поняття інформаційного забезпечення діяльності підприємства. На підставі систематизації й узагальнення сформовано власне трактування цього поняття. Проаналізовано основні джерела інформаційного забезпечення. Запропоновано перелік ознак для оцінки стану інформаційного забезпечення інноваційної діяльності підприємства.

Ключові слова: підприємство, організація, інформація, інновація, інформаційне забезпечення, інноваційна діяльність, джерела інформації, оцінка стану інформаційного забезпечення.

Аннотация. Рассмотрены определения сущности понятия информационного обеспечения деятельности предприятия. На основании систематизации и обобщения сформировано собственное трактование этого понятия. Проанализированы основные источники информационного обеспечения. Предложен перечень признаков для оценки состояния информационного обеспечения инновационной деятельности предприятия.

Ключевые слова: предприятие, организация, информация, инновация, информационное обеспечение, инновационная деятельность, источники информации, оценка состояния информационного обеспечения.

Annotation. The definitions of the essence of the concept of information support of an enterprise are considered. Based on the systematization and generalization formed their own interpretation of this concept. The main sources of information support are analyzed. A list of signs for assessing the state of information support for the innovation activity of an enterprise is proposed.

Keywords: enterprise, organization, information, innovation, information support, innovation, sources of information, assessment of the status of information support.

На сьогодні проблеми якісного інформаційного забезпечення на підприємстві стають особливо актуальними у зв'язку із зростаючою потребою в оперативній адекватній достовірній та об'єктивній інформації в інноваційній діяльності підприємства. Найчастіше існуюче інформаційне забезпечення не задовольняє потреби керівництва підприємств, співробітників підрозділів та інших користувачів з різних функціональних і технічних причин. Тому актуальною є проблема підвищення якості інформаційного забезпечення, для чого необхідно передусім оцінити існуюче інформаційне забезпечення, а потім приймати рішення про оновлювання, модернізацію, реінжиніринг інформаційного забезпечення.

На сучасному етапі становлення інформаційної економіки питання інформації та інформаційного забезпечення діяльності підприємства висвітлюють у своїх роботах Іванова В., Денисенко М., Босак І., Чумаченко М. та ін. Автори розглядають сутність та значення інформаційного забезпечення підприємства, але не торкаються проблем оцінки інформаційного забезпечення інноваційної діяльності підприємства. Спроби оцінити інформацію у діяльності підприємства в процесі розвитку та на різних стадіях наявні у роботах Шенон К., Харкевич А., Мазоренко О. та ін.

Метою написання статті є теоретичне обґрунтування сутності й ознак інформаційного забезпечення інноваційної діяльності підприємства.

Динамічність зовнішнього середовища обумовлює безперервне оновлення, диференціацію та зростання обсягу інформації, що відводить їй особливе місце у процесі управління підприємства. Інформаційне забезпечення відіграє важливу роль у будь-яких управлінських процесах підприємства. Належний рівень інформаційного забезпечення дає змогу здійснити раціональне ухвалення управлінських рішень.

Дослідження праць науковців, присвячених інформаційному забезпеченню підприємства, дозволило виявити відсутність єдиного підходу до розуміння сутності поняття «інформаційне забезпечення». За твердженням Денисенко М. та Колос І., інформаційне забезпечення є сукупністю даних, організацією їх уведення, обробки, збереження та накопичення, пошуку, а також поширення у межах компетенції зацікавленим особам у зручному для них вигляді [2]. Іншої точки зору дотримуються Босак І. і Палига Є., які наголошують, що інформаційне забез-



печення – наявність інформації, необхідної для управління економічними процесами, що міститься у базах даних інформаційних систем [1]. У свою чергу, інформаційними системами є системи зберігання, обробки, перетворення, передачі й оновлення інформації із застосуванням комп'ютерної та іншої техніки. Схоже визначення терміна «інформаційне забезпечення» пропонують Козак В. [4] та Череп А. [6].

Іванова В. розглядає інформаційне забезпечення як процес створення та постачання інформації, доступу до неї, як інформаційне джерело впливу на прийняття управлінських рішень [3]. Чумаченко М. інформаційне забезпечення трактує як процес забезпечення інформацією та сукупність документів за різними формами, за якими розкривається сутність кожного процесу діяльності підприємства [7].

Отже, поняття інформаційного забезпечення можна розглядати з різних точок зору, які доповнюють одна одну. На підставі систематизації й узагальнення наведених підходів до визначення сутності інформаційного забезпечення визначатимемо інформаційне забезпечення інноваційної діяльності як комплексний процес отримання, обробки, накопичення, зберігання, аналізу та передачі своєчасної, достовірної та повної інформації суб'єкту управління інноваційною діяльністю із заданою періодичністю.

Інформаційне забезпечення інноваційної діяльності підприємства відображає стан підприємства на будь-який момент часу і з будь-яким рівнем деталізації, а також дає змогу враховувати можливі загрози з боку зовнішнього середовища. З огляду на це джерела інформаційного забезпечення заведено розподіляти на зовнішні й внутрішні. Внутрішньою інформацією є сукупність даних, що виникають на підприємстві і характеризують його діяльність, а зовнішньою – інформація, що виникає за межами суб'єкта підприємницької діяльності.

Аналіз зовнішніх інформаційних показників дає змогу вчасно виявити загрози з боку зовнішнього середовища та можливості, а також прийняти стратегічні управлінські рішення для нейтралізації загроз.

Складовими внутрішніх джерел інформації є показники фінансової, управлінської та статистичної звітності, що надають уявлення про стан основних показників і розвитку підприємства й застосовуваними в процесі управління ним.

Ефективність функціонування й розвитку підприємства залежить від рівня інформаційного забезпечення, яке має забезпечити підприємство необхідною для формування і досягнення цілей інформацією. За таких умов оцінка інформаційного забезпечення стає невід'ємною складовою функціонування і розвитку підприємства.

Ознаки, за якими слід визначати рівень інформаційного забезпечення інноваційної діяльності підприємства, подано в табл. 1 [5].

Таблиця 1

Ознаки інформаційного забезпечення інноваційної діяльності підприємства

Ознаки	Об'єкти оцінки
Кваліфікація персоналу підприємства	– показники кваліфікації кадрового складу підприємства; – підвищення кваліфікації фахівців підприємства; – кількість стажувань
Обсяги інформаційних ресурсів	– власні бази даних; – документообіг підприємства; – бази даних наукових і навчальних закладів
Програмне забезпечення	– наявність основних програмних засобів; – вихід у Інтернет
Технологічне забезпечення	▪ забезпеченість: – комп'ютерами; – розмножувальною технікою; – телефонним зв'язком
Обсяг інформаційних матеріалів	– видання бюлетенів, листівок; – статті в газетах; – методичні рекомендації щодо підвищення ефективності виробництва
Освітня діяльність	– проведення навчальних семінарів; – наявність необхідної літератури; – періодичність оновлення літератури
Достатність інформації	– різноманітність використаних джерел і методів роботи з інформацією; – рівень своєчасності надходження та використання інформації; – рівень відповідності інформації вимогам, які до неї висуваються
Витрати на інформаційне забезпечення	– оплата праці співробітників; – витрати, що є пов'язаними зі здійсненням інформаційного забезпечення: оплата необхідної літератури, семінарів, телефонного зв'язку, Інтернету та ін.

Таким чином, у статті проаналізовано сутність і запропоновано ознаки для оцінки стану інформаційного забезпечення інноваційної діяльності підприємства. Розглянуті ознаки можуть бути застосовані підприємствами



для аналізу ефективності інформаційного забезпечення. Такий підхід має допомогти підприємствам у визначенні вузьких місць у їх інформаційному забезпеченні та пошуку напрямків і методів підвищення рівня інформаційного забезпечення інноваційної діяльності, від якого, у свою чергу, залежить ефективність функціонування та інноваційного розвитку підприємства. Об'єктом подальших наукових досліджень у цьому напрямі може стати деталізація змістовного наповнення ознак інформаційного забезпечення інноваційної діяльності підприємства.

Науковий керівник – д-р екон. наук, професор Мартиненко М. В.

Література: 1. Босак І. П., Палига Є. М. Інформаційне забезпечення управління підприємством: економічний аспект. *Регіональна економіка*. 2007. № 4. С. 193–195. 2. Денисенко М. П., Колос І. В. Інформаційне забезпечення ефективного управління підприємством. *Економіка та держава*. 2006. № 7. С. 19–24. 3. Іванова В. Щодо формування системи інформаційного забезпечення розвитку економіки України. *Економіст*. 2008. № 4. С. 61–63. 4. Козак В. Г. Удосконалення системи інформаційного забезпечення економічного аналізу. *Економіка АПК*. 2005. № 1. С. 66–70. 5. Мазоренко О. В. Особливості інформаційного забезпечення функціонування та розвитку підприємств. *Управління розвитком*. 2010. № 7. С. 55–57. 6. Череп А. В. Економічний аналіз : навч. посіб. Київ : Кондор, 2005. 160 с. 7. Чумаченко М. Г. Економічний аналіз : навч. посіб. Київ : КНЕУ, 2001. 540 с. 8. Харкевич А. А. О ценности информации. М. : Физматгиз, 1960. С. 53–59. 9. Шеннон К. Работы по теории информации и кибернетике : учебное пособие. М. : Изд-во иностранной литературы, 1963. 832 с. 10. Шкала и функция желательности Харрингтона. URL: <http://studentpmr.ru>.



УДОСКОНАЛЕННЯ ІНФОРМАЦІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА З УРАХУВАННЯМ ЇЇ ОСНОВНИХ ЕТАПІВ

УДК 65.011

Єршова О. О.

Магістрант 2 року навчання
факультету менеджменту і маркетингу ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. Проаналізовано визначення сутності понять «інформаційне забезпечення» та «інноваційна діяльність». Деталізовано етапи інноваційної діяльності на підприємстві. Визначено основні методи отримання інформації на різних етапах інноваційної діяльності.

Ключові слова: підприємство, організація, інформація, інновація, інформаційне забезпечення, інноваційна діяльність, інформаційне забезпечення інноваційної діяльності.

Аннотация. Проанализированы определения сущности понятий «информационное обеспечение» и «инновационная деятельность». Детализированы этапы инновационной деятельности на предприятии. Определены основные методы получения информации на разных этапах инновационной деятельности.

Ключевые слова: предприятие, организация, информация, инновация, информационное обеспечение, инновационная деятельность, информационное обеспечение инновационной деятельности.

Annotation. Analyzed the definitions of the essence of the concepts of «information support» and «innovative activity». Detailed stages of innovation in the enterprise. The main methods of obtaining information at different stages of innovation activity are identified.

Keywords: *enterprise, organization, information, innovation, information support, innovation, information support of innovation.*

На сучасному етапі економічного розвитку важливого значення набуває інноваційна діяльність підприємств як провідної ланки економіки будь-якої країни. Ефективність інноваційної діяльності підприємств істотно залежить від повноти та своєчасності її інформаційного забезпечення.

Питання формування ефективної системи інформаційного забезпечення інноваційної діяльності підприємства є об'єктом пильної уваги вчених, наукових досліджень і методичних розробок. Вагомий внесок у розвиток інформатизації процесів управління інноваційної діяльності підприємством зробили Чумаченко М. Г., Денисенко М. П., Босак І. П., Козак В. Г., Бондаренко Є. Д., Бруханський Р. Ф., Іванова В. В., Покропивний С. Ф. та ін. Незважаючи на значну кількість наукових досліджень і публікацій, недостатньо детально висвітлено питання, що є пов'язаними з побудовою взаємозв'язків між етапами інноваційної діяльності та методами отримання необхідної інформації на кожному з етапів, чим зумовлено актуальність теми дослідження.

Метою написання статті є обґрунтування теоретичних положень щодо вдосконалення інформаційного забезпечення інноваційної діяльності підприємства з урахуванням її основних етапів.

Дослідження праць науковців, присвячених інформаційному забезпеченню підприємства, дозволило виявити відсутність єдиного підходу до розуміння сутності поняття «інформаційне забезпечення». За твердженням Чумаченка М. Г., поняття «інформаційне забезпечення» виникло у зв'язку із розвитком автоматизованих систем управління і є системою одержання, оцінки, зберігання та переробки даних задля прийняття управлінських рішень [1]. Такої самої точки зору дотримуються Денисенко М. П. та Колос І. В. Вони виділяють три складові в системі інформаційного забезпечення прийняття управлінських рішень: інформаційні ресурси, інформаційні технології, технічні засоби та програмне забезпечення [2].

Іншої точки зору дотримуються Босак І. П. і Палига Є. М., які наголошують, що інформаційне забезпечення є наявністю інформації, необхідної для управління економічними процесами, що міститься у базах даних інформаційних систем [3]. У свою чергу, інформаційними системами є системи зберігання, обробки, перетворення, передачі й оновлення інформації із застосуванням комп'ютерної та іншої техніки. Схоже визначення терміна «інформаційне забезпечення» пропонує Козак В. Г. [4]

Іванова В. розглядає інформаційне забезпечення як процес створення та постачання інформації, доступу до неї, як інформаційне джерело впливу на прийняття управлінських рішень. Чумаченко М. інформаційне забезпечення трактує як процес забезпечення інформацією та сукупність документів за різними формами, за якими розкривається сутність кожного процесу діяльності підприємства [1].

Бондаренко Є. Д. розглядає інформаційне забезпечення як процес задоволення потреб у інформації, що базується на застосуванні спеціальних засобів і методів її одержання, опрацювання, нагромадження і видачі у зручному для використання вигляді [6]. Близьким до цього трактування є визначення Бруханського Р. Ф., який інформаційне забезпечення розуміє як процес задоволення поточних потреб користувачів у інформації, необхідній для обґрунтування і прийняття стратегічних рішень [7].

У наукових дослідженнях подано різні підходи до визначення сутності інформаційного забезпечення. Одні науковці розглядають інформаційне забезпечення як елемент інформаційного обслуговування управління, інші – як заходи зі створення інформаційного середовища управління. Третя група науковців інформаційним забезпеченням вважають сукупність дій щодо надання необхідної для управлінської діяльності інформації у зазначене місце на підставі певних процедур із заданою періодичністю.

Спостерігається неоднозначність у трактуванні сутності цього поняття. Тому найбільш узагальнено сутність інформаційне забезпечення можна визначати як сукупність законних своєчасних ефективних цілеспрямованих і захищених процесів збирання, сприйняття, зберігання, переробки, передавання, надання, отримання і використання релевантної інформації для розв'язання завдань регулювання інноваційної діяльності.

Здійснення інноваційної діяльності має відбуватися у кілька етапів, які дозволять підприємству досягти бажаного результату з мінімальними витратами та втратами. Етапи, які проходить підприємство від початку до завершення інноваційного проекту, є логічно пов'язаними й утворюють комплексну систему зв'язків. Усі етапи інноваційної діяльності потребують правильного та своєчасного інформаційного забезпечення. При цьому на різних етапах потрібні різні види інформації: науково-технічна, патентна, кон'юнктурно-економічна, виробничо-технологічна, обліково-статистична, нормативно-правова, юридична, маркетингова, інфраструктурна та бізнес-інформація. Методи отримання необхідної інформації на кожному з етапів інноваційної діяльності можуть бути різними.

У таблиці подано основні етапи реалізації інноваційної діяльності разом із необхідними методами збору інформації на кожному з етапів, відтворено взаємозв'язок між етапами реалізації інноваційної діяльності, інформацією, необхідною на кожному із етапів, і методами пошуку цієї інформації для успішної та конкурентоспроможної діяльності підприємства (табл. 1) [1–7].

Етапи інноваційної діяльності підприємства та методи отримання необхідної інформації

Етап	Необхідна інформація	Методи отримання інформації
Маркетингові дослідження	<ul style="list-style-type: none"> - потреби споживачів; - товари конкурентів; - галузеві тенденції; - SWOT-аналіз 	<p>Кабинетні дослідження:</p> <ul style="list-style-type: none"> - традиційний аналіз; - аналіз аналогій; - контент-аналіз. <p>Польові дослідження:</p> <ul style="list-style-type: none"> - опитування експертів і споживачів; - спостереження
Аналітичні дослідження	Інформація щодо фінансової діяльності та показників підприємства	Кабинетні дослідження
Фундаментальні дослідження	<ul style="list-style-type: none"> - відомості про останні досягнення науки та техніки; - інформація про тенденції розвитку певного виду техніки; - відомості щодо патентної документації; - пропозиції фірм; - відомості про сукупність витрат на розробку й виробництво; - опис техніки можливого виробництва; - характеристика періоду морального застаріння об'єктів техніки; - відомості про сировину та обладнання; - відомості про законодавчі та нормативні акти, їх практичне застосування; - відомості щодо організацій, які підтримують інноваційну діяльність 	<p>Кабинетні дослідження:</p> <ul style="list-style-type: none"> - традиційний аналіз; - контент-аналіз. <p>Методи індивідуального творчого пошуку:</p> <ul style="list-style-type: none"> - аналогії; - інверсії; - ідеалізації. <p>Польові пошукові дослідження:</p> <ul style="list-style-type: none"> - кількісні дослідження. <p>Методи колективного творчого пошуку:</p> <ul style="list-style-type: none"> - «мозковий штурм»; - конференція ідей; - метод колективного блокнота
Прикладні дослідження	<ul style="list-style-type: none"> - відомості про нові науково-технічні досягнення і НДДКР; - відомості про патентну документацію; - відомості щодо технічного рівня і тенденцій розвитку об'єктів техніки, їх патентоспроможності та чистоти; 	<p>Кабинетні дослідження:</p> <ul style="list-style-type: none"> - традиційний аналіз; - контент-аналіз. <p>Польові пошукові дослідження:</p> <ul style="list-style-type: none"> - кількісні дослідження
Наукові дослідження	<ul style="list-style-type: none"> - опис техніки можливого виробництва; - відомості щодо стандартизації та сертифікації; - дані щодо витрат на виготовлення; 	
Дослідно-конструкторські роботи	<ul style="list-style-type: none"> - дані щодо матеріалів і комплектуючих; - відомості про законодавчі та нормативні акти, їх практичне застосування; - відомості щодо організацій, які підтримують інноваційну діяльність 	
Виробництво	<ul style="list-style-type: none"> - інформація щодо світових, регіональних, національних, галузевих класифікаційних і оцінювальних показників для відбору, аналізу, упровадження науково-технічної документації та оцінки технічних умов; - фінансова інформація (активи та пасиви фірми, кредитно-аналітична і платіжно-аналітична інформація); - відомості про законодавчі та нормативні акти, їх практичне застосування; - відомості щодо організацій, які підтримують інноваційну діяльність 	<p>Кабинетні дескриптивні дослідження:</p> <ul style="list-style-type: none"> - традиційний аналіз; - контент-аналіз; - аналіз економіко-математичними методами; - аналіз аналогій. <p>Польові дескриптивні дослідження:</p> <ul style="list-style-type: none"> - кількісні дослідження
Реалізація	<ul style="list-style-type: none"> - кон'юнктурна і маркетингова інформація про структуру ринку, сегменти підприємства на ринку, попит та пропозицію, конкурентів, споживачів, конкуруючі товари, галузеві тенденції та ін.; - фінансова інформація: активи та пасиви фірми, обіг, вартість продажів, доходи й витрати, податки та ін.; - відомості про законодавчі та нормативні акти, їх практичне застосування; - відомості щодо організацій, які підтримують інноваційну діяльність 	<p>Кабинетні дослідження:</p> <ul style="list-style-type: none"> - традиційний аналіз; - аналіз економіко-математичними методами; - моделювання; - контент-аналіз; - аналіз аналогій. <p>Польові дослідження:</p> <ul style="list-style-type: none"> - опитування експертів і споживачів; - спостереження. <p>Кількісні дослідження</p> <p>Якісні дослідження</p>



На кожному з етапів підприємство має враховувати особливості реалізації інноваційної діяльності й управління нею, щоб максимально оптимізувати процес здійснення та досягти поставленої мети. Саме тому важливо на кожному етапі інноваційної діяльності застосовувати різні методи для збору інформації.

Таким чином, кожне підприємство функціонує в певному середовищі й обмінюється з ним інформаційними потоками. Особливого значення інформаційне забезпечення набуває в інноваційній діяльності. Нині інформація є таким самим товаром, як і продукція підприємств, при цьому значно дорожчим. Через це чимало підприємств постійно відчують інформаційний голод. Постійний збір та аналіз інформації є одним із головних завдань на інноваційних підприємствах. Застосування обґрунтованої сукупності методів інформаційного забезпечення на кожному з етапів інноваційної діяльності сприятиме підвищенню ефективності останньої та зростанню конкурентоспроможності сучасних підприємств.

Науковий керівник – д-р екон. наук, професор Мартиненко М. В.

Література: 1. Чумаченко М. Г. Економічний аналіз : навч. посіб. Київ : КНЕУ, 2001. 540 с. 2. Денисенко М. П., Колос І. В. Інформаційне забезпечення ефективного управління підприємством. *Економіка та держава*. 2006. № 7. С. 19–24. 3. Босак І. П., Палига Є. М. Інформаційне забезпечення управління підприємством: економічний аспект. *Регіональна економіка*. 2007. № 4. С. 193–195. 4. Козак В. Г. Удосконалення системи інформаційного забезпечення економічного аналізу. *Економіка АПК*. 2005. № 1. С. 66–70. 5. Іванова В. Щодо формування системи інформаційного забезпечення розвитку економіки України. *Економіст*. 2008. № 4. С. 61–63. 6. Бондаренко Є. Д. Особливості інформаційного забезпечення торговельного підприємства // Актуальні проблеми сучасної науки : матеріали V Всеукраїнської науково-практичної інтернет-конференції. URL: www.inkonf.org. 7. Бруханський Р. Проблеми і пріоритети інформаційного забезпечення стратегічного менеджменту сільськогосподарських підприємств України. *Економічний аналіз*. 2011. № 9. С. 69–71.



БЕЗРОБІТТЯ В УКРАЇНІ: СУЧАСНИЙ СТАН І ТЕНДЕНЦІЇ

УДК 331.102.31

Заболотня В. Ю.

Студент 2 курсу
факультету економіки і права ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. Розкрито сутність поняття безробіття в системі управління трудовим капіталом країни. Проаналізовано сучасний стан безробіття в Україні. Визначено основні фактори виникнення та сучасні тенденції безробіття в Україні.

Ключові слова: економіка праці, право на працю, зайнятість, трудові ресурси, людський капітал, безробіття.

Аннотация. Раскрыта сущность понятия безработицы в системе управления трудовым капиталом страны. Проанализировано современное состояние безработицы в Украине. Определены основные факторы возникновения и современные тенденции безработицы в Украине.

Ключевые слова: экономика труда, право на труд, занятость, трудовые ресурсы, человеческий капитал, безработица.

Annotation. The essence of the concept of unemployment in the labor capital management system of the country is disclosed. Analyzed the current state of unemployment in Ukraine. The main factors for the emergence and current trends of unemployment in Ukraine are determined.

Keywords: labor economics, right to work, employment, labor resources, human capital, unemployment.

На сучасному етапі соціально-економічного розвитку країни проблема безробіття є однією з головних, оскільки стосується багатьох сфер соціального, політичного та економічного характеру життєдіяльності суспільства.

Забезпечення зайнятості населення та його соціальний захист є основними складовими інфраструктури ринку праці. Державна політика у сфері зайнятості має забезпечувати її за рахунок нормативно-правового регулювання, діяльності державної служби зайнятості, створення й функціонування центрів професійної орієнтації та навчання, комерційних бірж працевлаштування, профспілок.

Метою написання статті є аналіз сучасного стану та тенденцій безробіття.

Дослідженням проблем безробіття в Україні займалися Власенко Н. С., Григорович Н. В., Рубльова Н. В., Ольвінська Ю. О., Семенова К. Д. та ін.

Безробіття є важливим показником використання людських ресурсів у виробничому процесі. Різні вчені по-різному розглядають сутність поняття «безробіття». Безробіття є складним соціально-економічним явищем, за якого частина економічно активного населення не має роботи й заробітку [2].

Безробіття – економічна категорія, яка відбиває економічні відносини щодо вимушеної незайнятості працездатного населення [3].

Нині спостерігається порушення рівноваги щодо попиту та пропозиції, поширення соціальної нестабільності й бідності у суспільстві, нераціональне використання суспільних ресурсів, зростання злочинності, зростання кількості соціально незахищених верств населення та дія інших негативних соціально-економічних факторів, що є спричиненими відсутністю достатньої кількості робочих місць у країні [6].

Розрахунок рівня безробіття в Україні здійснюють двома методами: за методологією Державної служби статистики України (ДССУ) та за методологією Міжнародної організації з праці (МОП). Різниця у розрахунках полягає в тому, що за методологією МОП ураховують не лише осіб, які офіційно зареєстровані як безробітні, а і незареєстрованих.

За методологією ДССУ рівень безробіття розраховують як відношення чисельності безробітних, які зареєстровані в державній службі зайнятості, до працездатного населення працездатного віку. Значним недоліком цієї методики розрахунку є заниження реальної кількості безробітних, оскільки в країнах, де соціальна допомога безробітним є низькою або відсутня, чимало людей не реєструються як безробітні на біржі праці [7]. Тому доцільним є розгляд рівня безробіття в Україні за методологією МОП. Статистичні дані щодо рівня безробіття в Україні за методологією МОП подано в табличному вигляді (табл. 1) [5].

Таблиця 1

Рівень безробіття в Україні, 2000–2017 рр. (розрахунок за методологією МОП)

Рік	Чисельність населення	Економічно активне населення	Зайняте населення	Безробітне населення	Рівень безробіття, %	Зареєстрованих безробітних
1	2	3	4	5	6	7
2000	48923,2	21150,7	18520,7	2630	12,40	1178,7
2001	48457,1	20893,6	18453,3	2440,3	11,70	1063,2
2002	48003,5	20669,5	18540,9	2128,6	10,30	1028,1
2003	47622,4	20618,1	18624,1	1994	9,70	1024,2
2004	47280,8	20582,5	18694,3	1888,2	9,20	975,5
2005	46929,5	20481,7	18886,5	1595,2	7,80	891,9
2006	46646	20545,9	19032,2	1513,7	7,40	784,5
2007	46372,7	20606,2	19189,5	1416,7	6,90	673,1
2008	46143,7	20675,7	19251,7	1424	6,90	596
2009	45962,9	20321,6	18365	1956,6	9,60	693,1
2010	45778,5	20220,7	18436,5	1784,2	8,80	452,1
2011	45633,6	20247,9	18516,2	1731,7	8,60	505,3
2012	45553	20393,5	18736,9	1656,6	8,10	467,7
2013	45426,2	20478,2	18901,8	1576,4	7,70	487,6
2014	42928,9	19035,2	17188,1	1847,1	9,70	458,6

Закінчення табл. 1

1	2	3	4	5	6	7
2015	42760,5	17396	15742	1654	9,50	461,1
2016	42584,5	17303,6	15626,1	1677,5	9,70	407,2
2017	42522,8	17012,5	15226,1	1786,4	10,50	422,4

Бачимо (табл. 1), що чисельність населення України зменшилася на 13,1 % (майже 7 млн осіб), рівень економічно активного населення зменшився на 3,2 %, при цьому рівень зайнятості населення серед економічно активного зріс на 3,2 % порівняно з 2000 роками. Але при цьому слід урахувувати, що останніми роками зріс рівень трудової міграції в країні.

За даними Державної служби статистики України, ситуація на ринку залишається напруженою та супроводжується скороченням попиту на робочу силу. Обсяги й рівень зайнятості населення є вкрай низькими. Чисельність зайнятого населення у 2017 р. становила 15,5 млн осіб, а рівень зайнятості – 56,9 % [5].

Незважаючи на уповільнення зростання безробіття, обсяги та рівень безробіття залишаються значними: у 2017 р. чисельність безробітних становила 1,7 млн осіб.

За методологією МОП рівень безробіття становив 10,5 % економічно активного населення, а серед осіб працездатного віку – 10,4 %, у тому числі серед осіб віком 25–29 років – 10,8 %, а серед молоді до 25 років – 21,8 % від економічно активного населення відповідного віку.

Прогноз рівня безробіття для України до 2020 р. графічно подано на рис. 1. Бачимо, що рівень безробіття триматиметься на рівні 11 %, що є досить значним показником та вагомою проблемою для країни.

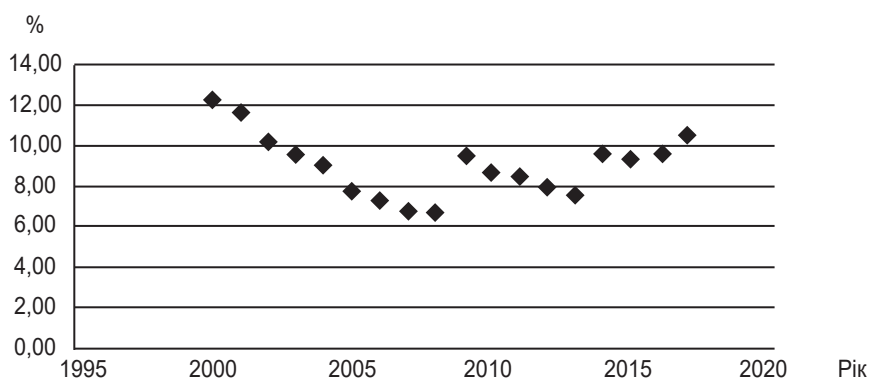


Рис. 1. Лінія тренду рівня безробіття в Україні

За причинами незайнятості структура безробітних є такою: 38 % – звільнені з економічних причин, третина – звільнені за власним бажанням, за угодою сторін, 16 % – не працевлаштовані випускники навчальних закладів. Майже третина загальної кількості безробітних зосереджена у Харківській, Львівській, Дніпропетровській, Донецькій областях та м. Києві.

Отже, безробіття є макроекономічною проблемою, яку формують такі структурні зрушення в економіці, зниження темпів економічного розвитку, сезонні коливання виробництва, недостатній сукупний попит, інфляція, недосконале трудове законодавство, низький рівень професійної підготовки та перепідготовки, недостатній рівень програм зайнятості та демографічні процеси. Це є свідченням того, що розв'язання проблеми є комплексною системою заходів як одного цілісного механізму запобігання й урегулювання появи та зростання рівня безробіття державою.

Держава має запроваджувати певні заходи для зниження рівня безробіття:

- розвивати розгалужену систему державної служби зайнятості, професійної орієнтації, підготовки, перепідготовки й підвищення кваліфікації кадрів;
- сприяти підвищенню конкурентоспроможності робочої сили за рахунок підвищення рівня освіти за професіями, необхідними на ринку праці;
- проводити реформування трудового законодавства у сфері зайнятості;
- сприяти розвитку малого та середнього бізнесу;
- знижувати диспропорції між пропозицією робочої сили та попитом на неї шляхом створення єдиної загальної доступної бази даних;



– підтримувати нетрадиційні сфери зайнятості, стимулювати підприємців до навчання, перекваліфікації й подальшого працевлаштування додаткової робочої сили.

Таким чином, проблема безробіття є ключовим питанням у ринковій економіці: не розв'язавши його, неможливо налагодити ефективне функціонування економіки та правове регулювання. Нині економіка України перебуває у кризовому стані. Упроваджуючи запропоновані заходи, можна досягти зменшення рівня безробіття, збільшення кількості працевлаштованого населення і, як наслідок, загального покращення економічної та соціальної ситуації в країні.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Лебединська О. С.

Література: 1. Власенко Н. С., Григорович Н. В., Рубльова Н. В. Статистика ринку праці: міжнародні стандарти та національний досвід : навч. посіб. / за ред. Н. С. Власенко, Н. В. Григорович, Н. В. Рубльової. Київ : Август трейд, 2009. 320 с. 2. Пазюк О., Пономарьова О. Проблеми безробіття в Україні. *Україна: аспекти праці*. 2004. № 2. С. 3–10. 3. Чинники формування безробіття. URL: <http://studentam.net.ua/content/view/4738/132>. 4. Основні тенденції та виклики ринку праці. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-presshall/2506257-osnovni-tendencii-na-rinku-praci-v-umovah-stabilizacii-ekonomiki.html>. 5. Статистична інформація // Офіційний сайт Державної служби статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>. 6. Ольвінська Ю. О. Роль розвитку малого бізнесу у реструктуризації регіонального ринку праці. *Соціально-економічні аспекти промислової політики*. 2006. № 2. С. 345–350. 7. Семенова К. Д. Статистична оцінка рівня зайнятості населення Одеської області. *Вісник соціально-економічних досліджень*. 2012. № 4. С. 364–371.



ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ ПРОДУКТИВНОСТІ ПРАЦІ

УДК 005.519.8:332.14

Ісаєва К. С.

Магістрант 1 року навчання
факультету менеджменту і маркетингу ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. Проаналізовано сутність понять «продуктивність» і «продуктивність праці». Конкретизовано напрями підвищення продуктивності праці на підприємстві.

Ключові слова: підприємство, організація, виробництво, фінанси, фінансовий аналіз, система управління, продуктивність, продуктивність праці, напрями підвищення продуктивності праці.

Аннотация. Проанализирована сущность понятий «производительность» и «производительность труда». Конкретизированы направления повышения производительности труда.

Ключевые слова: предприятие, организация, производство, финансы, финансовый анализ, система управления, производительность, производительность труда, направления повышения производительности труда.

Annotation. The essence of the concepts «productivity» and «labor productivity» is analyzed. Specified areas of increasing productivity.

Keywords: enterprise, organization, production, finance, financial analysis, management system, productivity, labor productivity, ways of increasing labor productivity.

За сучасних умов прискорення темпів соціально-економічного розвитку країни та інтенсифікації виробництва підвищення продуктивності праці є ключовою проблемою.

Дослідженням різних аспектів продуктивності праці займалися Кібанов А., Кузьбожев Е., Рябцев І., Шлендер П., Маслова В. та ін.

Метою написання статті є аналіз сутності продуктивності праці, а також факторів її підвищення на підприємстві.

Нині підвищення продуктивності праці є однією з найактуальніших проблем у бізнесі. За даними різних досліджень, українські підприємства катастрофічно відстають за цим показником від європейських, японських і американських компаній. Які ж існують інструменти і технології для підвищення продуктивності? На думку Бухалкова І., способи підвищення продуктивності праці можна умовно розподілити на економічні та управлінські [2]. Економічний інструментарій є спрямованим на модернізацію виробництва, оптимізацію виробничих процесів, зниження витрат праці на виготовлення одиниці продукції та випуск додаткової кількості зробленої продукції в одиницю часу. Управлінські інструменти є націленими передусім на підвищення залученості персоналу, орієнтацію співробітників на ефективну і продуктивну роботу. Одним зі значущих факторів, що впливають на підвищення рівня залученості співробітників, є ефективно функціонуюча система винагород.

Продуктивність праці є показником ефективності роботи співробітників підприємства, продуктивності їх виробничої діяльності. Види продуктивності праці подано в табл. 1 [6].

Таблиця 1

Види продуктивності праці

	Назва	Характеристика
1	Фактична	Дорівнює відношенню фактичного випуску продукту до трудових витрат на його виготовлення
2	Готівкова	Вказує на кількість продукту, який можна виготовити за виключення таких витрат, як очікування та простої
3	Потенційна	Розрахункова величина виготовлення, що є можливою за усунення всіх інших факторів витрат у процесах організації виробничих операцій, а також за вдосконалення матеріалів та устаткування

Щоб якісно управляти ефективністю співробітників, важливо вміти правильно оцінювати продуктивність праці та вимірювати в масштабах всього підприємства. Розрізняють сім критеріїв результативності системи організації виробництва:

- дієвість – ступінь досягнення підприємством поставлених перед ним цілей;
- економічність – ступінь використання підприємством доступних ресурсів;
- якість – ступінь відповідності підприємства вимогам, очікуванням і специфікаціям;
- прибутковість – співвідношення між валовими доходами і сумарними витратами;
- продуктивність – співвідношення кількості продукту підприємства і кількості витрат на виробництво відповідного продукту [3].

Якість трудового життя – це те, яким чином співробітники підприємства реагують на соціально-технічні аспекти підприємства, обраний ним шлях. Упровадження нововведень є прикладною творчістю.

Методи підвищення продуктивності праці на підприємстві подано в табл. 2 [3].

Таблиця 2

Методи підвищення продуктивності праці

	Метод	Характеристика
1	Заміна праці капіталом	Метод реалізується шляхом технічного переоснащення виробництва, упровадження нового ефективного обладнання та технологій
2	Інтенсифікація праці	Метод реалізується за запровадження на підприємстві низки адміністративних заходів, що є спрямованими на прискорення виконання співробітниками підприємства їх роботи
3	Підвищення ефективності організації праці	Метод передбачає виявлення й усунення всіх факторів, що спричиняють виробничі втрати, визначення найраціональніших способів підвищення ефективності роботи, а також розвиток на підприємстві оптимальних прийомів організації виробничих процесів

На підприємствах підвищення продуктивності праці відбувається як:

- збільшення кількості продукту, створеного за одиницю часу за незмінної його якості;
- підвищення якості продукту за незмінної його кількості, створеної за одиницю часу;
- зменшення трудових витрат на одиницю виготовленого продукту;
- зменшення частки трудових витрат у собівартості продукту;
- зменшення часу виробництва й обігу продукту;
- збільшення норми та маси прибутку [3].

Кузик Б. М. фактори впливу на зростання продуктивності праці розподіляє на три групи: матеріально-технічні, організаційно-економічні та соціально-психологічні [5].

Матеріально-технічні є пов'язаними із застосуванням нової техніки, використанням нових технологій, матеріалів і видів сировини. Організаційно-економічні фактори визначаються рівнем організації управління, виробництва та праці. Соціально-психологічні фактори є пов'язаними із соціально-демографічним складом колективу, рівнем його підготовки, морально-психологічним кліматом у колективі, суспільними та природними умовами протікання праці, трудовою дисципліною [5].

Ці фактори спричиняють підвищення або, навпаки, зниження продуктивності праці. Визначення впливу кожного з них є необхідною умовою планування заходів, спрямованих на збільшення виробництва підприємства.

Резервами підвищення продуктивності праці є незадіяні можливості економії трудових витрат.

На конкретному підприємстві робота, спрямована на зростання продуктивності праці, може вестися за рахунок:

- резервів зменшення трудомісткості, тобто модернізації й автоматизації виробництва, упровадження нових технологій;
- резервів оптимізації використання робочого часу: управління виробництвом і організацією праці, удосконалення структури підприємства;
- удосконалення структури кадрів і самих кадрів: зміни співвідношення управлінського та виробничого персоналу, підвищення кваліфікації працівників.

Під резервами зростання продуктивності праці розуміють невикористані реальні можливості економії трудових ресурсів.

Внутрішньовиробничі резерви зростання продуктивності праці виявляють і реалізують безпосередньо на підприємстві. До них належать:

- зниження трудомісткості виготовлення продукції (технологічної, виробничої та повної);
- резерви підвищення компетенції кадрів, поліпшення структури та використання робочої сили;
- поліпшення використання робочого часу: упровадження наукової організації праці, скорочення плинності кадрів;
- економія матеріальних ресурсів, предметів і засобів праці [4].

За часом використання резерви зростання продуктивності праці розподіляють на поточні та перспективні. Перспективні резерви зростання продуктивності праці зазвичай потребують перебудови виробництва, упровадження нових технологій та ін. Для цього необхідні додаткові капітальні вкладення, терміни здійснення робіт є значними.

Таким чином, незалежно від політичного устрою в країні, продуктивність праці є найважливішим показником розвитку економіки. Зростання продуктивності праці забезпечує підприємствам і всьому суспільному виробництву подальший розвиток і сприятливі перспективи, а в поєднанні із грамотною маркетинговою і збутовою політикою – підвищення конкурентоспроможності, що є неодмінною умовою ринкової економіки. У кінцевому підсумку зростання продуктивності праці сприятиме підвищенню рівня життя населення.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Майстренко О. В.

Література: 1. Айдинова А. Т., Черепухин Т. Ю. Экономика организации : учебное пособие. Ставрополь : Бюро новостей, 2014. 172 с. 2. Бухалков И. М. Управление персоналом. М. : Инфра-М, 2007. 192 с. 3. Воронкова А. Е. Стратегическое управление конкурентоспособным потенциалом предприятия: диагностика и организация : монография. Луганск : ВГУ, 2004. 320 с. 4. Герчиков В. И. Демократизация управления на промышленном предприятии. М., 1989. 288 с. 5. Кузык Б. Н., Кушлин В. И., Яковец Ю. В. Прогнозирование и стратегическое планирование

социально-экономического развития : учебное пособие. М. : Экономика, 2005. 576 с. 6. Одегов Ю. Г., Руденко Г. Г. Экономика труда : учебное пособие. М. : Волтерс Клувер, 2011. 800 с.

МЕТОДИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ АНАЛІЗУ Й ОЦІНКИ ФІНАНСОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

УДК 336.01: 658.155

Калашник О. В.

Студент 4 курсу
фінансового факультету ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. Обґрунтовано необхідність об'єктивної та якісної оцінки фінансового потенціалу підприємства. Узагальнено існуючі методи аналізу й оцінки фінансового потенціалу підприємства. Проаналізовано переваги й недоліки застосування кожного з методів аналізу та оцінки фінансового потенціалу суб'єкта господарювання.

Ключові слова: підприємство, організація, виробництво, суб'єкт господарювання, фінанси, потенціал, фінансова стійкість, фінансовий потенціал, методи оцінки фінансового потенціалу суб'єкта господарювання.

Аннотация. Обоснована необходимость объективной и качественной оценки финансового потенциала предприятия. Обобщены существующие методы анализа и оценки финансового потенциала предприятия. Проанализированы преимущества и недостатки применения каждого из методов анализа и оценки финансового потенциала субъекта хозяйствования.

Ключевые слова: предприятие, организация, производство, субъект хозяйствования, финансы, потенциал, финансовая устойчивость, финансовый потенциал, методы оценки финансового потенциала.

Annotation. The necessity of an objective and qualitative assessment of the financial potential of the enterprise has been substantiated. The existing methods of analysis and evaluation of the financial potential of the enterprise are summarized. The advantages and disadvantages of applying each of the methods for analyzing and evaluating the financial potential of a business entity are analyzed.

Keywords: enterprise, organization, production, business entity, finance, potential, financial sustainability, financial potential, methods for assessing financial potential.

Нині технології, за застосування яких підприємство може оцінити свій поточний стан і виробити ефективні стратегії розвитку для подальшого функціонування, зазнають значних змін. У зв'язку із цим постає питання про вибір інструментарію аналізу й оцінки фінансового потенціалу підприємства, що дозволить оперативно визначити внутрішні можливості та слабкості підприємства, виявляти приховані резерви задля підвищення ефективності його діяльності.

Дослідженням питань управління фінансовим потенціалом підприємства, у тому числі питань його оцінки, займалися і займаються Вдовенко Л., Дем'яненко М., Лупенко Ю., Стецюк П., Зеліско І., Трусова Н., Фоміна П., Непочатенко О., Саблук П. та ін.

Метою написання статті є узагальнення існуючих методичних підходів до аналізу й оцінки фінансового потенціалу підприємства, а також виявлення переваг і недоліків кожного з методів.

Для аналізу фінансового потенціалу підприємства використовують методи і прийоми такої науки, як фінансовий аналіз. Змістом і основною цільовою настановою фінансового аналізу є оцінка фінансового стану і виявлення

можливостей підвищення ефективності функціонування підприємства за допомогою раціональної фінансової політики.

Аналіз фінансового потенціалу передбачає попередню підготовку інформації: наскрізну перевірку даних звітного періоду за допомогою зіставлення показників різних форм, приведення даних звітності до порівняльного вигляду. Аналіз фінансового потенціалу підприємства базується переважно на відносних показниках, оскільки абсолютні показники балансу за умов інфляції практично неможливо привести до порівняльного вигляду.

Стійкість фінансового стану підприємства залежить передусім від доцільності та правильності вкладення фінансових ресурсів у активи. У процесі функціонування підприємства і величина активів, і їхня структура зазнають постійних змін. Найбільш загальне уявлення про якісні зміни в структурі активів та їх джерел, а також динаміку цих змін можна отримати за допомогою вертикального і горизонтального аналізу звітності [5].

Горизонтальний аналіз звітності полягає у побудові однієї або кількох аналітичних таблиць, у яких абсолютні показники доповнюються відносними темпами зростання (зниження). Як правило, беруться базисні темпи зростання за кілька років (суміжних періодів), що дозволяє аналізувати не лише зміну окремих показників, але і прогнозувати їхні значення. Цінність результатів горизонтального аналізу істотно знижується за умов інфляції [5].

Вертикальний аналіз показує структуру засобів підприємства та їх джерел. Можна виділити дві основні риси, що обумовлюють необхідність проведення вертикального аналізу:

– перехід до відносних показників дозволяє проводити міжгосподарські порівняння економічного потенціалу і результатів діяльності підприємств, що розрізняються за величиною використовуваних ресурсів та за іншими показниками;

– відносні показники певною мірою згладжують негативний вплив інфляційних процесів, що можуть істотно спотворювати абсолютні показники фінансової звітності і тим самим ускладнювати їхнє зіставлення в динаміці [5].

Науковці Чумаченко М. Г., Костирко Р. О., Тертична Н. В. та Шевчук В. О. пропонують для визначення фінансового потенціалу підприємства розрахувати показники фінансової стійкості, платоспроможності, ефективності господарської діяльності й ефективності використання персоналу.

Розраховане значення інтегрального показника фінансового потенціалу підприємства дає змогу визначити місце порівнюваного підприємства у сукупності підприємств галузі. Математичний опис цих досліджень виконують на підставі методів варіаційної статистики із поєднанням зі стандартними значеннями вхідних показників, використовуваних для оцінки фінансового потенціалу підприємства. Це дає змогу встановити зв'язок фінансового потенціалу із результатами фінансово-господарської діяльності підприємства. Методи оцінки фінансового потенціалу підприємства подано в табл. 1 [1; 4].

Таблиця 1

Методи оцінки фінансового потенціалу підприємства

Назва	Характеристика
Метод рівневої інтегральної оцінки	Дозволяє визначити стан фінансового потенціалу аналізованого підприємства, відображає результати оцінки у взаємозв'язку із розвитком сукупності підприємств відповідної галузі. Це дає змогу побудувати рейтинг підприємств задля визначення найстійкіших до змін у зовнішньому середовищі їх функціонування
Комбінований метод	Застосовують збалансовану систему показників, яку визначають як ретельно підібраний набір показників, що підлягають кількісному вимірюванню та ґрунтуються на стратегії підприємства
Метод вирівнювання	Побудований на визначенні модифікованої оцінки, є використовуваним за правилом: чим ближчим є значення інтегральної оцінки до нуля, тим вищим є фінансовий потенціал підприємства
Експертний метод	Є використовуваним для характеристики всіх аспектів фінансового потенціалу підприємства. За застосування методу слід розрахувати показники фінансової стійкості, платоспроможності, ефективності господарської діяльності й ефективності використання персоналу

Таким чином, урахувавши специфіку поняття фінансового потенціалу, для його діагностики потрібно провести оцінку складу та структури майна підприємства, аналіз фінансових результатів діяльності, розрахувати основні фінансові показники, що характеризують фінансовий потенціал. Із урахуванням цих даних стає можливим визначення рівня фінансового потенціалу й основних напрямків поліпшення фінансового потенціалу на підприємстві. Оцінка фінансового потенціалу є необхідним етапом стратегічного аналізу. Запропоновані методи розрахунку охоплюють усі основні процеси, що протікають у різних галузях внутрішнього середовища. У результаті забезпечується системний погляд на підприємство, який дає змогу виявити всі сильні та слабкі сторони, а також створити на цій підставі комплексний план перспективного розвитку досліджуваного підприємства. Із урахуванням цих розрахунків стає можливим визначення рівня фінансового потенціалу й основних напрямків поліпшення фінансового потенціалу на підприємстві в майбутньому.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Кіна М. О.



Література: 1. Бурда А. І. Оцінювання потенціалу сталого розвитку промислових підприємств : автореф. дис. ... канд. екон. наук : 08.00.04. Київ, 2008. 18 с. 2. Кирилова Л. І., Тодорова Д. Д. Фінансовий потенціал підприємства та його складові. *Сталий розвиток економіки*. 2012. № 11. С. 298–302. 3. Комарецька П. В. Формування стратегії управління фінансовим потенціалом підприємства. *Формування ринкових відносин в Україні*. 2006. № 9. С. 90–92. 4. Мец В. О. Економічний аналіз фінансових результатів та фінансового стану підприємства : навч. посіб. Київ : КНЕУ, 1999. 132 с. 5. Фомин П. А., Старовойтов М. К. Особенности оценки производственного потенциала промышленных предприятий. URL: https://www.cfin.ru/management/manufact/manufact_potential.shtml.



ОСОБЛИВОСТІ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА ЗА УМОВ ІННОВАЦІЙНОЇ ЕКОНОМІКИ

УДК 658.26

Калашнікова К. Ю.

Магістрант 2 року навчання
факультету менеджменту і маркетингу ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. Розглянуто етапи еволюції підходів до маркетингової діяльності. Проаналізовано особливості маркетингової діяльності підприємства за умов інноваційної економіки. Виявлено можливості й перешкоди для маркетингової діяльності за сучасних умов.

Ключові слова: підприємство, організація, інновації, інноваційна економіка, маркетинг, маркетингова діяльність, інтернет-маркетинг, інноваційний маркетинг, традиційні концепції маркетингу.

Аннотация. Рассмотрены этапы эволюции подходов к маркетинговой деятельности. Проанализированы особенности маркетинговой деятельности предприятия в условиях инновационной экономики. Выявлены возможности и препятствия для маркетинговой деятельности в современных условиях.

Ключевые слова: предприятие, организация, инновации, инновационная экономика, маркетинг, маркетинговая деятельность, интернет-маркетинг, инновационный маркетинг, традиционные концепции маркетинга.

Annotation. The stages of the evolution of approaches to marketing activities. Analyzed the features of the marketing activities of the enterprise in an innovative economy. Identified opportunities and obstacles to marketing activities in modern conditions.

Keywords: enterprise, organization, innovation, innovative economy, marketing, marketing activities, internet marketing, innovative marketing, traditional marketing concepts.

Одним із найважливіших факторів успішного функціонування будь-якого підприємства є застосування у своїй діяльності маркетингових заходів, які дають змогу компанії втримати позиції на ринку за умов жорсткої конкуренції та нестабільного економічного стану. Використання технологічних інновацій у маркетинговій діяльності та інших аспектах спричинили посилення конкурентної боротьби серед підприємств за увагу споживача. Головною метою діяльності підприємства є забезпечення високого рівня прибутку, на який істотно впливає система маркетингових заходів. Саме тому за умов інноваційної економіки для ефективного розподілу та просування продук-

ції необхідним є комплекс маркетингу, що дасть змогу компанії витримувати постійно зростаючу конкуренцію на ринку.

Значний внесок у розвиток теоретичних та методичних аспектів маркетингу зробили Котлер Ф., Келлер К., Третьяк О., Броннікова Т., Голубков Є., Короткова Т. та ін. Окремі аспекти розвитку маркетингу за умов економіки нового типу розкрито у наукових статтях Головачанської Є., Дегтярьової А., Каверзіна С., Климова С., Михайлова Д., Шибаєва М. та ін. Дослідження цих науковців стали теоретичною основою для написання статті.

Метою написання статті є теоретичне обґрунтування особливостей маркетингової діяльності підприємств за умов інноваційної економіки з урахуванням її основних ознак.

Однією з особливостей ХХІ ст. є використання інновацій у всіх аспектах життя людини, що впливає не лише на технології, але й на економіку. Нині інновації є важливим інструментом, який сучасні підприємства використовують для розвитку на всіх стадіях виробництва товарів чи надання послуг.

На думку Делія В. П., інноваційна економіка є мистецтвом ведення господарства, за якого забезпечується зростання благополуччя народу без шкоди майбутнім поколінням, за інноваційного розвитку продуктивних сил і соціально-продуктивних відносин [1].

Український науковець Сизоненко В. О. розглядає інноваційно-орієнтовану економіку як нову або економіку, що базується на знаннях, тобто генеруванні, дистрибуції й використанні знань та інформації, або «інтелектоекономіку», що спирається на використання інтелектуального й людського капіталу. У ній знання є джерелом економічного багатства й інноваційного розвитку країн-продуцентів високотехнологічної продукції [2].

Отже, інноваційна економіка передбачає використання людського інтелекту, виробництво високотехнологічної продукції й постійне технологічне вдосконалення. На рис. 1 систематизовано основні ознаки інноваційної економіки [1–6].

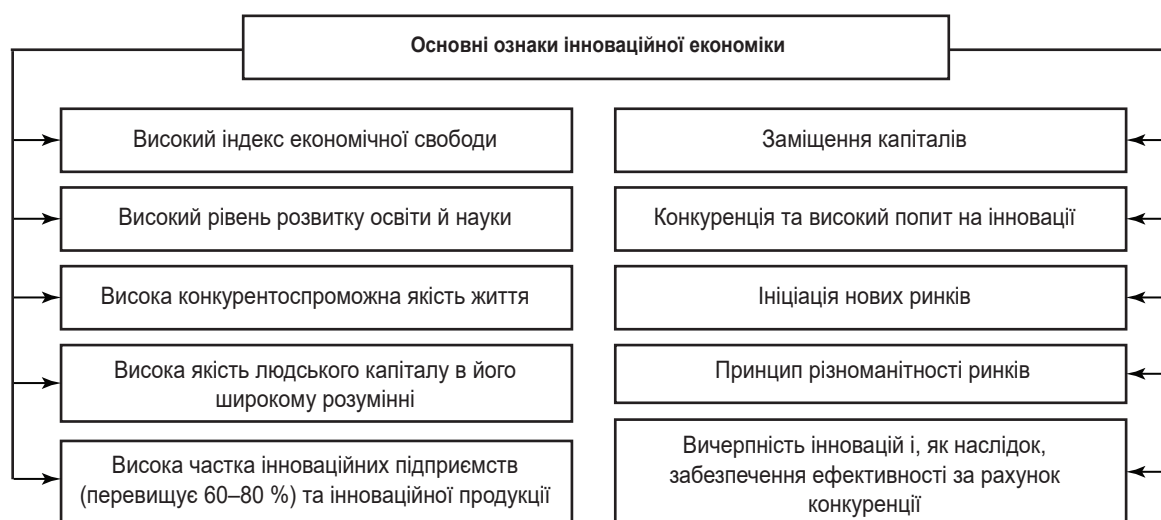


Рис. 1. Основні ознаки інноваційної економіки

Важливим є процес перетворення світової економіки, а також економіки України з традиційної на нову, для якої характерним є базування на нематеріальних активах. Ці зміни, безумовно, впливають на підходи до формування маркетингової політики підприємства. Їх важливо переглянути й адаптувати під нові умови функціонування для дієвого просування товарів і послуг, а також досягнення конкурентних переваг.

У таблиці систематизовано основні проблеми функціонування компаній за умов інноваційної економіки (табл. 1) [1–6].

Отже, для побудування дієвої маркетингової політики, що дозволить витримати постійно зростаючу конкурентну боротьбу, необхідно враховувати існуючі проблеми та складності на ринку. На думку Котлера Ф., маркетинг є видом людської діяльності, спрямованим на задоволення потреб за допомогою обміну [4]. Водночас Ламбен Ж.-Ж. вважає, що маркетинг є соціальним процесом, спрямованим на задоволення потреб і бажань людей і організацій шляхом забезпечення вільного конкурентного обміну товарами і послугами, що надають цінність покупцям [5]. У таблиці систематизовано етапи еволюції концепцій маркетингу (табл. 2) [5; 6]. Цей процес не є однаковим для всіх країн, оскільки еволюція маркетингу в кожній окремій країні залежно від рівня розвитку ринкових відносин має певні специфіку й особливості.

Таблиця 1

Проблеми функціонування компаній за умов інноваційної економіки

Проблема	Характеристика
Надлишок продуктів і послуг	Недолік продуктів і послуг змінився їх надлишком. Основною причиною цього є безперервна поява нових технологій, що різко підвищило продуктивність підприємств, знизило вартість виходу на ринок і розширення в багатьох галузях
Компанії вимушені завойовувати одних і тих самих споживачів	Глобалізація призвела до того, що більше компаній стали намагатися завойовувати одних і тих самих покупців, водночас покупці стали більш поінформованими. Інформаційні технології дали покупцям змогу знаходити та аналізувати конкуруючі продукти і робити добре обґрунтований вибір. Покупці виявили, що у них є вибір і переваги, щоб ним скористатися. Сучасні покупці агресивно шукають альтернативні варіанти, порівнюють пропозиції і вибирають те, що відповідає їх вимогам
Чимало продуктів стали віртуальними	Чимало продуктів стали віртуальними, а швидкі технологічні зміни різко скоротили цикл життя продуктів. У результаті на ринку чимало подібних пропозицій, і дуже складно диференціюватися від конкурентів у очах покупців, у тому числі шляхом активного рекламування

Таблиця 2

Послідовність етапів еволюції концепцій маркетингу

Концепція	Провідна ідея	Основний інструментарій	Головна ціль
Виробнича (1860–1920)	Виробляю те, що можу	Собівартість, продуктивність	Зростання продажів, максимізація прибутку
Товарна (1920–1930)	Виробництво якісних товарів	Товарна політика	Удосконалення споживчих властивостей товару
Збутова (1930–1950)	Розвиток збутової мережі	Збутова політика	Інтенсифікація збуту товарів за рахунок зусиль щодо просування
Традиційний маркетинг (1960–1980)	Виробляю те, що потрібно споживачу	Комплекс маркетинг-мікс, дослідження споживача	Задоволення потреб цільових ринків
Соціально-етичний маркетинг (1980–1995)	Виробляю те, що потрібно споживачам, з урахуванням вимог суспільства	Комплекс маркетинг-мікс, дослідження соціальних та екологічних наслідків виробництва та споживання виготовлених товарів	Задоволення потреб цільових ринків за умови заощадження ресурсів, охорони навколишнього середовища
Сервісна концепція (з 90-х рр. минулого століття)	Постачання товару комплексом додаткових сервісних послуг	Комплекс сервісних послуг, комфортність здійснення покупки	Побудова ефективної системи обслуговування клієнта
Маркетинг взаємодії (з 80-х рр. минулого століття)	Індивідуалізація відносин зі споживачем	Управління взаємовідносинами зі споживачем	Побудова системи довгострокових відносин із клієнтом, заснованої на соціальній і технічній адаптації партнерів один до одного і на інвестиціях у відносини

Концепція інноваційного маркетингу ґрунтується передусім на аналізі існуючого на ринку попиту на товар чи послугу, для створення нових або задоволення існуючих. Сучасний маркетинг базується на інноваційних технологіях, застосування яких може надати значну перевагу перед конкурентами. Саме тому створюються нові продукти, нові ринки, нові способи просування.

Появою Інтернету зумовлено зародження нового напрямку – електронного бізнесу, основною особливістю якого є взаємодія між суб'єктами ринкових відносин у цифровому середовищі. Основні особливості маркетингової діяльності за умов інноваційної економіки схематично подано на рис. 2 [6].

Електронна комерція є найважливішим елементом бізнесу за умов інноваційної економіки, який має на увазі віддалене придбання товару чи послуги із застосуванням комунікаційних засобів у мережі Інтернет.

Кількість користувачів Інтернетом щодня зростає, що спричинило переорієнтацію діяльності компаній у інтернет-сферу. Це дозволяє підприємствам мінімізувати витрати, а також чітко визначати і виокремлювати цільову аудиторію, на яку буде спрямований комплекс маркетингової діяльності.

Таким чином, інтернет-маркетинг стає одним із найефективніших інструментів залучення споживачів, просування товару та проведення різних досліджень. Для досягнення конкурентних переваг необхідно сформувати дієвий комплекс маркетингу, спираючись на класичні та використовуючи інноваційні підходи. Зміни у економіч-

ному середовищі вимагають при формуванні інструментарію постійного вдосконалення маркетингових заходів, а також орієнтації на технологічні інновації.

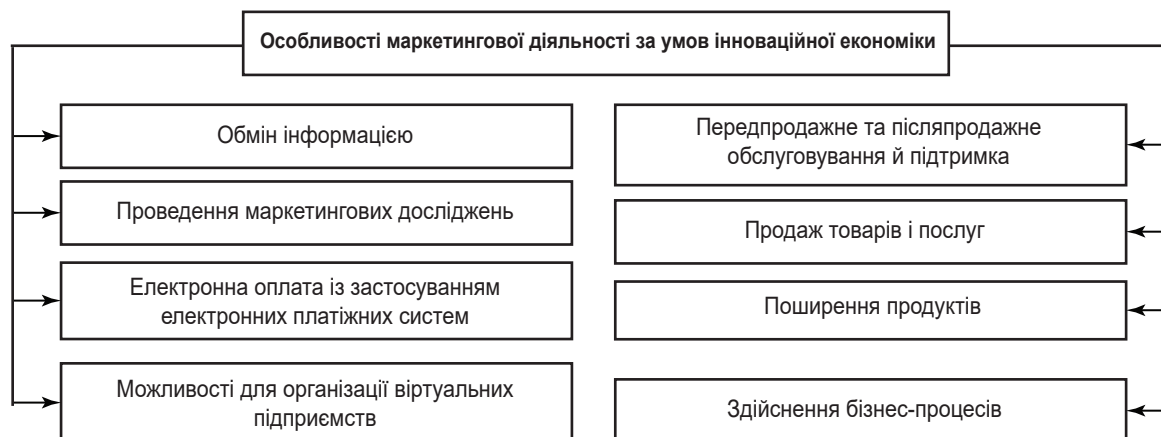


Рис. 2. Особливості маркетингової діяльності за умов інноваційної економіки

Науковий керівник – д-р екон. наук, доцент Мартиненко М. В.

Література: 1. Делия В. П. Инновационная экономика и устойчивое развитие : монография. М. : Де-По, 2011. 256 с. 2. Сизоненко В. О. Фінансування інноваційно-орієнтованої економіки в умовах інституціональної невизначеності. *Фінанси України*. 2013. № 5. С. 80–89. 3. Головінов О. М. Інноваційна активність і інноваційні процеси в національній економіці. *Економіка та держава*. 2013. № 6. С. 4–8. 4. Котлер Ф. Маркетинг. Менеджмент / пер. с англ. СПб. : Питер, 2005. 800 с. 5. Ламбен Ж.-Ж. Стратегический маркетинг. Европейская перспектива / пер. с франц. СПб. : Наука, 1996. 590 с. 6. Корсак К. Від традиційних моделей організації економіки – до інноваційної. *Персонал*. 2010. № 2. С.12–17.

УДОСКОНАЛЕННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ ПОЛІТИКИ ПІДПРИЄМСТВА НА ПІДСТАВІ ЗАСТОСУВАННЯ ІНТЕРНЕТ-ТЕХНОЛОГІЙ

УДК 658.8

Калашнікова К. Ю.

Магістрант 2 року навчання
факультету менеджменту і маркетингу ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. Розглянуто основні напрями вдосконалення маркетингової політики сучасних підприємств із застосуванням інтернет-технологій. Виявлено можливості, які відкривають перед підприємствами інноваційна маркетингова діяльність і застосування інтернет-технологій.

Ключові слова: підприємство, організація, інновації, інноваційна економіка, маркетинг, маркетингова діяльність, маркетингова політика, інтернет-технології, традиційний маркетинг, інтернет-маркетинг, інноваційний маркетинг.



Аннотація. Рассмотрены основные направления совершенствования маркетинговой политики современных предприятий с применением интернет-технологий. Выявлены возможности, которые открывают перед предприятиями инновационная маркетинговая деятельность и применение интернет-технологий.

Ключевые слова: предприятие, организация, инновации, инновационная экономика, маркетинг, маркетинговая деятельность, маркетинговая политика, интернет-технологии, традиционный маркетинг, интернет-маркетинг, инновационный маркетинг.

Annotation. The main directions of improving the marketing policy of modern enterprises with the use of Internet technologies are considered. The opportunities that innovative marketing activities and the use of Internet technologies open up to enterprises are revealed.

Keywords: enterprise, organization, innovations, innovative economy, marketing, marketing activities, marketing policy, Internet technologies, traditional marketing, Internet marketing, innovative marketing.

Однією з актуальних проблем будь-якого підприємства, незалежно від розміру та місця знаходження, є втримання позицій на ринку та підвищення прибутковості. Саме тому під час становлення інформаційного суспільства необхідність перегляду застарілих підходів до маркетингової діяльності компанії є беззаперечною.

Дослідження засвідчують, що у 2017 р. 60 % населення України були користувачами Інтернету, для 63 % із них соціальні мережі стали основним джерелом інформації, чим зумовлено перерозподіл рекламних бюджетів на користь Інтернету. Із цим пов'язано необхідність теоретичного перегляду системи заходів маркетингової діяльності компаній та їх комунікаційної політики.

Дослідженням проблем інтернет-маркетингу займалися і займаються чимало науковців, серед них Котлер Ф., Годін А., Лебеденко М., Плєскач І., Бойчук І., Балабанова Л., Дубовик Т., Ілляшенко С., Решетнікова І., Успенський І. та ін.

Метою написання статті є визначення заходів щодо вдосконалення маркетингової політики підприємства за умов застосування інтернет-технологій, а також обґрунтування переваг інноваційного маркетингу.

За умов інформаційного суспільства під впливом сучасних інтернет-технологій змінюється і поведінка споживачів, унаслідок чого для успішного функціонування й утримання ринкових позицій підприємства мають адаптуватися до цих змін. Тому система маркетингових заходів набуває нових особливостей функціонування як з погляду споживачів, так і з погляду компаній. Щоб виявити вплив інтернет-технологій на економічну та маркетингову діяльність компаній, дамо визначення цьому поняттю.

Інтернет-технології – це комунікаційні інформаційні та інші технології та сервіси, ґрунтуючись на які здійснюється діяльність в Інтернеті або за допомогою нього [2]. За сучасних умов необхідність застосування інтернет-маркетингу є беззаперечною. За даними інтернет-журналу «Internet Live Stats», кількість користувачів мережі Інтернет в Україні за останні 16 років постійно зростає. У табл. 1 систематизовано динаміку зміни кількості інтернет-користувачів в Україні за 2010–2016 рр., а також подано їх частку у загальній чисельності населення країни [3].

Таблиця 1

Динаміка зміни кількості інтернет-користувачів в Україні

Рік	Кількість Інтернет-користувачів Інтернет, тис. осіб	Частка Інтернет-користувачів у загальній чисельності населення, %	Загальна чисельність населення, тис. осіб
1	2	3	4
2000	349,11	0,72	48746,27
2001	598,46	1,24	48310,82
2002	897,42	1,87	47890,65
2003	1495,17	3,15	47493,77
2004	1644,49	3,49	47127,11
2005	1754,71	3,75	46795,31
2006	2095,47	4,51	46502,72
2007	3029,32	6,55	46249,20
2008	5063,13	11,00	46028,48
2009	8203,70	17,90	45830,71
2010	10635,87	23,30	45647,50
2011	13055,86	28,71	45477,69
2012	15984,35	35,27	45319,95
2013	18517,74	41,00	45165,21

Закінчення табл. 1

1	2	3	4
2014	19531,08	43,40	45002,50
2015	19609,14	43,75	44823,77
2016	19678,09	44,10	44624,37

Бачимо (табл. 1), що частка інтернет-користувачів у загальній чисельності населення України у 2010–2016 рр. зросла з 349,11 тис. осіб до 19678,09 тис. осіб (у відносному значенні – з 0,72 % до 44,10 % відповідно). У ході дослідження визначено, що час перебування користувачів у мережі Інтернет суттєво зріс. Результати досліджень демонструють істотний вплив інтернет-технологій на життя людини. Отже, якісно збудована система маркетингових заходів у мережі Інтернет здатна не тільки підвищити обізнаність компанії на ринку, але й вивести прибутковість компанії на зовсім інший рівень.

На рис. 1 систематизовано переваги застосування інтернет-технологій у діяльності компанії [4].



Рис. 1. Переваги застосування інтернет-технологій у діяльності компанії

Щоб сформувати дієву систему маркетингових заходів, слід дати визначення сутності поняття інтернет-маркетингу. Бойчук В. визначає інтернет-маркетинг як просування товарів і послуг із застосуванням інтернет-технологій, що використовують спеціальні інструменти (інструменти інтернет-маркетингу) [4].

Успенський І. В. під інтернет-маркетингом розуміє теорію та методологію організації маркетингової діяльності у середовищі Інтернет, докладання маркетингових зусиль у новому віртуальному маркетинговому середовищі – мережі Інтернет [5].

Для розуміння суттєвості змін у сучасних підходах до маркетингової діяльності порівняно із традиційними наведемо таблицю за трьома основними напрямками маркетингової діяльності: реклама, PR, стимулювання збуту (табл. 2) [1].

Таблиця 2

Традиційні та інноваційні заходи маркетингової політики

Вид	Традиційні заходи	Інноваційні заходи
1	2	3
Реклама	Реклама: – у друкованих ЗМІ; – у галузевих ЗМІ; – ТВ; – поштова; – на радіо; – зовнішня	– банерна реклама, контекстна реклама, медійно-контекстна реклама, веб-сайт; – анімаційна банерна реклама, спливаючі вікна, флеш-реклама; – реклама сайту компанії за допомогою електронної пошти; – контекстна та банерна реклама з використанням пошукових систем, порталів, каталогів, конференцій, списків розсилок

1	2	3
PR	<ul style="list-style-type: none"> – організація й проведення прес-конференцій, брифінгів; – написання й розміщення прес-релізів; – участь у написанні або написанні статей, репортажів та інших інформаційних матеріалів; – видання фірмового журналу, газети, корпоративного бюлетеня; – організація Днів відкритих дверей, проведення спеціальних заходів на виставках; – реалізація спонсорських проектів компанії 	<ul style="list-style-type: none"> – організація зустрічей з користувачами, відео-конференцій, робота з дискусіями, форумами, чатами; – просування веб-сайту в пошукових системах; – публікації матеріалів і новин у електронних представництвах ЗМІ, на спеціалізованих і тематичних сайтах; – просування сайту на форумах, у блогах, розміщення реклами в новинних розсилках; – створення й підтримка сайту компанії, розсилка новин; – проведення маркетингових заходів з їх активним висвітленням у Інтернеті; – участь (реалізація) спонсорських проектів компанії в мережі Інтернет
Стимулювання збуту	<ul style="list-style-type: none"> – поширення зразків товару на пробу для споживачів; – надання знижок за певних умов покупки; – нагороди постійним клієнтам; – проведення конкурсів і лотерей 	<ul style="list-style-type: none"> – демонстраційні версії на сайті компанії, пробні безкоштовні зразки товару; – нагороди постійним клієнтам веб-ресурсу компанії, участь у партнерських програмах; – проведення конкурсів і лотерей на сайті компанії

Таким чином, за сучасних умов компанії мають значні можливості для просування своєї діяльності через мережу Інтернет. Основним завданням маркетологів компанії є розробка дієвого комплексу заходів, який передбачав би не лише використання всіх існуючих інструментів інтернет-середовища, а й урахування особливостей спрямування діяльності компанії, можливості, потреби споживачів, змінюваність середовища й чимало інших важливих факторів. Лише за розробки оптимального комплексу й упровадження чітко продуманої стратегії компанія зможе досягти вагомих результатів.

Науковий керівник – д-р екон. наук, доцент Мартиненко М. В.

Література: 1. Полторак К. А. Маркетингова комунікаційна діяльність виробників планшетних комп'ютерів в мережі Інтернет : дис. ... канд. екон. наук. : 08.00.04. Київ, 2016. 265 с. 2. Кабак В. В. Теоретичні аспекти використання інтернет-технологій у вищих технічних навчальних закладах. *Комп'ютерно-інтегровані технології: освіта, наука, виробництво*. 2014. № 15. С. 148–153. 3. Internet live stats. URL: <http://www.internetlivestats.com/internet-users/ukraine>. 4. Бойчук І. В. Інноваційні підходи до застосування Інтернету в маркетинговій діяльності підприємств : монографія / за ред. С. М. Ілляшенка. Суми : Папірус, 2010. 562 с. 5. Успенский И. В. Інтернет-маркетинг : учебное пособие. СПб. : Изд-во СПГУЭиФ, 2003. 198 с. 6. Окландер М. А. Маркетингові комунікації промислових підприємств в умовах інформаційної економіки : монографія. Одеса : Астропринт, 2011. 232 с.

ВИЗНАЧЕННЯ СУТНОСТІ ПОНЯТТЯ «БІЗНЕС-ПЛАН»

УДК 338.984

Капран В. В.

Магістрант 1 року навчання
факультету менеджменту і маркетингу ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. Розглянуто аспекти планування підприємницької діяльності за умов ринкової економіки. На підставі аналізу, систематизації й узагальнення літературних джерел щодо тлумачення сутності поняття «бізнес-план» сформульовано власне визначення сутності та економічного змісту цього поняття.

Ключові слова: підприємство, організація, підприємницька діяльність, фінанси, планування, бізнес-план.

Аннотация. Рассмотрены аспекты планирования предпринимательской деятельности в условиях рыночной экономики. На основании анализа, систематизации и обобщения литературных источников касательно толкования сущности понятия «бизнес-план» сформулировано собственное определение сущности и экономического содержания этого понятия.

Ключевые слова: предприятие, организация, производство, финансы, финансовый анализ, система управления, производительность, производительность труда, направления повышения производительности труда.

Annotation. Considered aspects of business planning in a market economy. Based on the analysis, systematization and generalization of literary sources regarding the interpretation of the essence of the concept of «business plan» a personal definition of the essence and economic content of this concept was formulated.

Keywords: enterprise, organization, business activity, finance, planning, business plan.

За умов ринкової економіки бізнес-план є робочим інструментом, використовуваним у всіх сферах підприємства. Великий досвід зарубіжних і вітчизняних підприємств переконує, що планування підприємницької діяльності є вкрай важливим, його ігнорування або некомпетентне здійснення спричиняють величезні економічні втрати і в кінцевому рахунку призводять до банкрутства.

Для нашої економіки бізнес-план є принципово новим явищем. За ринкових умов неможливо домогтися в бізнесі стабільного успіху, якщо не збирати постійно інформацію про власні перспективи й можливості, стан цільових ринків і конкурентів, не планувати ефективно розвиток власного бізнесу.

Серед науковців-фахівців до методичних розробок щодо складання бізнес-плану зверталися Бланк І. А., Ліпшиц І. В., Уткін Е. А., Ушаков І. І., Бекетова О. Н., Шаш Н. Н. та ін.

Метою написання статті є визначення сутності поняття бізнес-плану на підставі аналізу наукових праць, а також систематизації й узагальнення.

Планування може вберегти від комерційної діяльності, приреченою на провал. Ретельно складений план допомагає залучити потрібні інвестиції. Чимало підприємців схильні недооцінювати роль планування взагалі і підготовки обґрунтованого бізнес-плану зокрема. Вони покладаються на власну інтуїцію і досвід, установлення в ділових колах неформальних зв'язків, що видаються їм запорукою майбутніх ринкових перспектив. І багато хто з них зазнає серйозних труднощів у разі спроби чітко й послідовно, системно викласти своє бачення бізнесу. Підготовка і складання детального бізнес-плану перетворюється для них на важкий обов'язок, який доводиться виконувати на високому професійному рівні.

Проаналізуємо зміст поняття бізнес-плану у контексті економічної ефективності підприємства. Сучасне розуміння бізнес-плану є доволі неоднорідним, що свідчить про багатогранність цього економічного явища. Основні підходи до визначення сутності поняття бізнес-плану подано в табл. 1 [1–7].

Таким чином, аналіз літературних джерел дає підстави стверджувати, що більшість науковців визначають бізнес-план як відкриття підприємцями нової справи й отримання на виконання проекту необхідних виробничих ресурсів і передусім грошових коштів. На підставі систематизації й узагальнення визначатимемо бізнес-план як можливість для бізнесу, а також заходи, яких слід вжити, щоб скористатися цією можливістю. Бізнес-план є необхідним як для початку бізнесу, так і для стратегічного й оперативного планування діяльності діючих компаній. Складання бізнес-плану є першим кроком кожного підприємця-початківця у сферу інноваційної, господарської, комерційної або інвестиційної діяльності. Розробка такого плану вимагає не лише всебічної економічної оцінки майбутнього бізнес-проекту професійними менеджерами, а й безпосередньої участі самих підприємців і вищих

керівників підприємства або фірми. Спільна участь у складанні бізнес-планів економістів і підприємців, які мають багаторічний досвід складання тактичних і стратегічних планів, є надзвичайно важливою для сучасних вітчизняних підприємств.

Таблиця 1

Визначення поняття бізнес-плану різними науковцями

Автор	Визначення	Ключове слово
Уткін Е. А., Кочеткова Л. І. [5]	На перше місце ставлять визначення особистих цілей бізнесмена. Після оцінки ситуації як усередині компанії, так і ззовні, визначають основну мету. Потім розробляють стратегію, що являє процес конкретизації основної мети, розбивку її на завдання та підзадачі	Визначення цілей оцінки
Бланк І. А. [2]	Бізнес-план є основним документом, який розробляється та надається інвестору з інвестиційного проекту у разі загрози банкрутства. У бізнес-плані стисло, у загальноприйнятій послідовності розділів викладають основні характеристики проекту та фінансові показники, що є пов'язаними з їх реалізацією	Основні характеристики проекту
Ліпсиц І. В. [4]	Бізнес-план є документом, що описує аспекти майбутнього комерційного підприємства, аналізує проблеми, із якими воно може зіткнутися, а також визначає способи їх розв'язання	Проблеми та способи їх розв'язання
Бекетова О. Н. [1]	Бізнес-план є коротким точним доступним і зрозумілим описом ймовірного бізнесу, найважливішим інструментом при розгляді великої кількості різних ситуацій, що дає змогу вибрати найперспективніші рішення і визначити засоби їх досягнення	Опис ймовірного бізнесу
Шаш Н. Н. [7]	Бізнес-план є організаційно-управлінською та фінансово-економічною оцінкою стану підприємства, що передбачає розв'язання як стратегічних, так і тактичних задач, які стоять перед підприємством, виявлення потенційних можливостей бізнесу, аналіз сильних і слабких його сторін, а також формування інвестиційних цілей на планований період	Розв'язання стратегічних і тактичних задач
Ушаков І. І. [6]	Бізнес-план є документом, що описує всі основні аспекти майбутнього підприємства або проекту, аналізує всі проблеми, із якими воно може зіткнутися, а також визначає способи розв'язання цих проблем	Аналіз усіх проблем
Лапигін Ю. Н. [3]	Бізнес-план є детальним перспективним планом розвитку конкретного бізнесу, який складають для організації та координації робіт щодо проекту, проведення переговорів із кредиторами та інвесторами, а також для залучення учасників проекту з числа потенційних	Розвиток конкретного бізнесу й залучення учасників проекту

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Котлик А. В.

Література: 1. Бекетова О. Н. Бизнес-планирование : конспект лекций. М. : Эксмо, 2007. 160 с. 2. Бланк И. А. Управление капиталом : учебный курс. Киев : Эльга ; Ника-Центр, 2002. 656 с. 3. Лапыгин Ю. Н., Лапыгин Д. Ю. Бизнес-план: стратегии и тактика развития компании : учебное пособие. М. : Омега-Л, 2009. 350 с. 4. Липсиц И. В. Экономика : учебник для вузов. М. : Омега-Л, 2006. 656 с. 5. Уткин Э. А., Кочеткова А. И. Бизнес-план. Как развернуть собственное дело. М. : Тандем, 1998. 176 с. 6. Ушаков И. И. Бизнес-план. СПб. : Питер, 2005. 224 с. 7. Шаш Н. Н. Бизнес-планирование. М. : Гроссмедиа, 2006. 320 с.

СУТНІСТЬ ФІНАНСОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

УДК 658.14/.17

Капустянюк Ю. О.

Студент 4 курсу
фінансового факультету ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. Досліджено сутність поняття фінансового потенціалу підприємства. Визначено місце фінансового потенціалу у системі економічного потенціалу підприємства. Запропоновано напрями підвищення рівня фінансового потенціалу та конкурентоспроможності підприємства.

Ключові слова: підприємство, організація, фінанси, потенціал, фінансова стійкість, фінансовий потенціал, конкурентоспроможність.

Аннотация. Исследована сущность понятия финансового потенциала предприятия. Определено место финансового потенциала в системе экономического потенциала предприятия. Предложены направления повышения уровня финансового потенциала и конкурентоспособности предприятия.

Ключевые слова: предприятие, организация, финансы, потенциал, финансовая устойчивость, финансовый потенциал, конкурентоспособность.

Annotation. The essence of the concept of financial potential of an enterprise is investigated. The place of financial potential in the system of economic potential of the enterprise is determined. The directions of raising the level of financial potential and competitiveness of the enterprise are proposed.

Keywords: enterprise, organization, finance, potential, financial stability, financial potential, competitiveness.

Визначення фінансового потенціалу підприємства та оптимізація є однією з головних умов його успішного розвитку. Фінансовий потенціал підприємства визначає конкурентоспроможність, можливість ділового співробітництва, оцінює, наскільки гарантовані економічні інтереси самого підприємства та його партнерів у фінансовому і виробничому аспектах.

Дослідженням сутності поняття фінансового потенціалу займалися і займаються Бланк І., Демчишак Н., Сабітова Н., Федонін О., Шумська С., Солоха Д., Морєва В., Беякова О., Балакай О., Ігнатенко Н., Клименко Т., Олексюк О. та ін. Однак, незважаючи на значні досягнення в теорії фінансового потенціалу підприємства, існує низка проблем, що залишаються предметом дискусій науковців і потребують ґрунтовного дослідження й узагальнення.

Метою написання статті є аналіз, систематизація й узагальнення визначення сутності поняття фінансового потенціалу підприємства, а також дослідження особливостей його формування.

За умов нестабільного й змінюваного ринкового середовища країни кожне підприємство має адекватно оцінювати рівень своїх можливостей і раціонально розпоряджатися власними ресурсами. Забезпечення ефективної діяльності підприємства та підвищення його конкурентоспроможності є першочерговими задачами керівництва підприємства, оскільки фінансовий потенціал є потужним елементом оперативного та стратегічного впливу на виробничо-господарську діяльність і економічний розвиток підприємства. Нині фінансовий потенціал вважають ще й одним із факторів, що визначає успішність діяльності підприємства, від нього залежить рівень конкурентоспроможності та інвестиційна привабливість підприємства.

У загальному розумінні поняття «потенціал» розглядають як засоби, запаси, джерела, які є в наявності й можуть бути мобілізовані для досягнення певної мети, здійснення плану, вирішення певного завдання; можливості окремої особи, суспільства, держави у певній галузі [5].

Дослідженню сутнісних характеристик фінансового потенціалу присвячено роботи багатьох вітчизняних і зарубіжних науковців, які по-різному трактують сутність цього поняття (табл. 1) [1–4; 6; 7; 9; 11–17; 20; 21].

Однак, жодне із цих визначень не є однозначним, оскільки:

- одні науковці отожднюють фінансовий потенціал із сукупністю фінансових ресурсів, що є необхідними для нормального функціонування підприємства, що не зовсім коректно, оскільки, ґрунтуючись на ресурсній концепції, такі визначення не враховують, що фінансового потенціалу проявляється у двох формах – наявній і спожитій;

- в окремих визначеннях автори розглядають фінансовий потенціал як особливий видовий прояв потенціалу, якому властиві лише статичність, забуваючи про його спроможність бути в перспективі рушійною силою економічного розвитку підприємства;

– забезпечення підприємства фінансовим потенціалом часто ототожнюють із поточним фінансово-майновим станом, а не з його потенціальними фінансовими можливостями [19; 20].

Таблиця 1

Визначення сутності поняття фінансового потенціалу різними науковцями

№	Автор	Визначення
1	Буряченко А. [2]	Фінансовий потенціал – сукупність наявних і потенційних фінансових ресурсів, що можуть бути мобілізовані й реалізовані фінансовою системою за певних умов для забезпечення сталих темпів економічного зростання у певний період часу
2	Шумська С. [21]	Фінансовий потенціал країни – сукупність фінансових ресурсів, що є у наявності й можуть бути мобілізовані, усіх сфер і ланок фінансової системи, що утворюються за рахунок внутрішніх і зовнішніх джерел, а також коштів і ресурсів із джерел, які з різних причин є недоступними чи незадіяними в межах часового періоду розгляду, що у цілому характеризують фінансові можливості як окремих суб'єктів економіки, так і країни в цілому
3	Демчишак Н. [3]	Фінансовий потенціал відображає не лише наявні фінансові ресурси, а й їх резерви, що за певних умов можуть бути використані
4	Ігнатенко Н. [4]	Фінансовий потенціал підприємства – сукупність наявних фінансових ресурсів і можливостей щодо їхнього залучення, позики, нарощення та відтворення задля досягнення стратегічних і тактичних цілей підприємства
5	Клименко Т. [6]	Фінансовий потенціал – фінансові ресурси, з приводу яких виникають відносини на підприємстві задля забезпечення його ефективного та рентабельного функціонування
6	Маркс К. [11]	Фінансовий потенціал підприємства – відносини, що виникають на ньому з приводу досягнення максимально можливого фінансового результату
7	Федонін О., Рєпіна І., Олексюк О. [20]	Фінансовий потенціал – сукупність фінансових ресурсів, що беруть участь у виробничо-господарській діяльності; характеризується можливістю їх залучення для фінансування майбутньої діяльності та певних стратегічних напрямів розвитку підприємства
8	Риков В. [15]	Фінансовий потенціал – обсяг власних, позичених і залучених фінансових ресурсів підприємства, якими воно може розпоряджатися для здійснення поточних та перспективних витрат
9	Ковальов В. [7]	Фінансовий потенціал є характеристикою фінансового стану та фінансових можливостей підприємства
10	Бикова В. [1]	Фінансовий потенціал є рушійною силою, необхідною для переведення сконцентрованих на підприємстві ресурсів зі статичного стану у динамічний, що забезпечує максимально ефективну реалізацію цілей і напрямів розвитку підприємства
11	Путятин Ю., Пушкар О., Тридід О. [14]	Фінансовий потенціал – сукупність фінансових можливостей і спроможностей підприємства
12	Кунцевич В. [9]	Фінансовий потенціал – здатність до оптимізації фінансової системи із залученням і використанням фінансових ресурсів
13	Онишко С. [13]	Фінансовий потенціал відображає не лише наявні фінансові ресурси, а й їх резерви, що за певних умов можуть бути використані
14	Стецюк П. [17]	Фінансовий потенціал за своєю сутністю є ширшим, ніж фінансові ресурси, останні є його складовою
15	Назаренко А. [12]	Фінансовий потенціал – фінансові можливості підприємства, які формуються за наявності різного роду ресурсів під впливом оточення та внутрішньої структури підприємства; можуть бути реалізовані у процесі функціонування персоналу та системи управління задля досягнення максимального результату

Отже, більшість визначень фінансового потенціалу підприємства є дещо однобічними, тож визнані неповноцінними. Ураховуючи специфіку фінансового потенціалу підприємства, фінансовий потенціал підприємства розглядатимемо як сукупність можливостей підприємства, визначуваних наявністю й організацією використання фінансових ресурсів та організаційних механізмів, що є спрямованими на забезпечення економічного розвитку підприємства на перспективу.

Аналіз трактувань науковців дає підстави стверджувати, що найточніше визначають поняття Маркс К., Ігнатенко Н. та Буряченко А. [2; 4; 11]. На підставі систематизації й узагальнення визначатимемо фінансовий потенціал підприємства як сукупність наявних фінансових ресурсів і можливостей щодо їх залучення, позики, нарощення та відтворення задля досягнення максимально можливого фінансового результату за певних умов у визначений період часу.

Фінансовий потенціал формується у процесі фінансової діяльності – діяльності, що є пов'язаною з організацією фінансового господарства підприємства. У межах теорії та практики формування фінансового потенціалу підприємства фінансову діяльність слід розглядати з широкої та вузької позицій. З широкої, економічної точки зору, фінансова діяльність охоплює всі без винятку грошові операції, за якими стоїть реальний рух власних, при-



рівняних до власних і залучених грошових коштів (фінансових ресурсів) і доходів підприємств у готівковій і безготівковій формі. З вузької, бухгалтерської точки зору, фінансова діяльність є обмеженою, як правило, процесами формування, розподілу та використання фінансових результатів (прибутку і збитку) та операціями з фінансовими активами [8–10].

Таким чином, за сучасних умов розвитку економічних відносин для підтримки рівня конкурентоспроможності підприємств необхідно застосовувати такі фінансово-економічні механізми, які б сприяли забезпеченню їхньої економічної стабільності. Одним із таких інструментів може бути фінансовий потенціал підприємства, тобто відносини, що виникають на підприємстві з приводу досягнення максимально можливого фінансового результату за наявності власного капіталу, достатнього для виконання умов ліквідності та фінансової стійкості; можливості залучення капіталу в обсязі, необхідному для реалізації ефективних інвестиційних проєктів; рентабельності вкладеного капіталу; наявності ефективної системи управління фінансами; забезпечення прозорості поточного та майбутнього фінансового стану. Фінансовий потенціал підприємства є сукупністю наявних фінансових ресурсів і можливостей щодо їх залучення, позики, нарощення та відтворення задля досягнення максимально можливого фінансового результату за певних умов у визначений період часу. Фінансовий потенціал охоплює як сукупність власних і залучених фінансових ресурсів підприємства, так і можливості системи щодо їх ефективного управління для досягнення загальних стратегічних цілей.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Добринь С. В.

Література: 1. Бикова В. Г. Оцінка й управління фінансово-економічним потенціалом підприємств загальнодержавного значення: монографія. Донецьк : Наука і освіта, 2008. 180 с. 2. Буряченко А. Є. Фінансовий потенціал регіонального розвитку : монографія. Київ : КНЕУ, 2013. 342 с. 3. Демчишак Н. Інвестиційний та фінансовий потенціал в умовах відкритості економіки: специфіка формування та співвідношення. *Вісник Львівського національного університету*. 2009. № 41. С. 156–164. 4. Ігнатенко Н. Г., Руденко В. П. Природно-ресурсний потенціал території: географічний аналіз та синтез. Львів : Вища школа, 1986. 164 с. 5. Касьянова Н. В., Солоха Д. В., Морева В. В., Белякова О. В., Балакай О. Б. Потенціал підприємства : підручник. Донецьк : Цифрова типографія, 2012. 258 с. 6. Клименко Т. В. Фінансовий потенціал розвитку регіону : автореф. дис. ... канд. екон. наук : 08.00.08. Чернігів, 2014. 21 с. 7. Ковалев В. В. Фінансовий аналіз: управління капиталом. Выбор инвестиций. Анализ отчетности. М. : Финансы и статистика, 1998. 512 с. 8. Ковалевська А. В. Оцінка фінансового потенціалу підприємства. *Фінансово-кредитна діяльність: проблеми теорії та практики*. 2006. № 1. С. 76–82. 9. Кунцевич В. О. Поняття фінансового потенціалу розвитку підприємства та його оцінки. *Актуальні проблеми економіки*. 2004. № 7. С. 123–130. 10. Маринич І. А., Дзіковський І. І. Сучасні підходи до діагностики фінансового потенціалу підприємства. *Науковий вісник НЛТУ України*. 2010. № 20. С.105–108. 11. Маркс К., Энгельс Ф. Полное собрание сочинений. М. : Издательство политической литературы, 1955–1974. Т. 23. 920 с. 12. Назаренко А. С. Теоретичні підходи до визначення сутності економічної категорії «фінансовий потенціал». *Економіка. Фінанси. Право*. 2009. № 8. С. 22–29. 13. Онишко С. В. Фінансовий потенціал інноваційного розвитку економіки. *Фінанси України*. 2003. № 6. С. 67–74. 14. Путятин Ю. О., Пушкар О. І., Тридід О. М. Фінансовий механізм стратегічного управління розвитком підприємства : монографія. Харків : Основа, 1999. 488 с. 15. Рыков В. М. Теоретические аспекты сущности производственного потенциала организаций агропромышленного комплекса. *Известия Иркутской государственной экономической академии*. 2012. № 2. С. 67–70. 16. Сабитова Н. М. Бюджетное устройство и эффективность функционирования бюджетной системы субъектов Российской Федерации (по материалам Республики Татарстан) : автореф. дис. ... д-ра экон. наук : 08.00.10. СПб., 2003. 35 с. 17. Стецюк П. А. Економічна сутність фінансових ресурсів. *Фінанси України*. 2007. № 1. С. 129–143. 18. Турчак В. В., Чижинська С. Д. Методика оцінки фінансового потенціалу підприємства в сучасних умовах господарювання. *Молодий вчений*. 2014. № 8. С. 49–52. 19. Энциклопедия «Знаниум». URL: <http://enc.znanium.com/read/917042>. 20. Федонін О. С., Репіна І. М., Олексюк О. І. Потенціал підприємства: формування та оцінка : навч. посіб. Київ : КНЕУ, 2003. 316 с. 21. Шумська С. С. Фінансовий потенціал України: методологія визначення та оцінки. *Фінанси України*. 2007. № 5. С. 56–57.



ФАКТОРИ ВПЛИВУ НА ФІНАНСОВИЙ ПОТЕНЦІАЛ ПІДПРИЄМСТВА

УДК 330.658

Капустянюк Ю. О.

Студент 4 курсу
фінансового факультету ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. Досліджено сутність поняття фінансового потенціалу підприємства. Проаналізовано особливості дії факторів, що впливають на його становлення. Обґрунтовано, що для сучасних підприємств надзвичайно важливо адекватно оцінювати власні можливості розвитку й ефективно розпоряджатися наявними ресурсами.

Ключові слова: підприємство, організація, фінанси, потенціал, фінансово-господарська діяльність, фінансовий потенціал, конкурентоспроможність, фінансовий потенціал підприємства, зовнішні фактори впливу на фінансовий потенціал підприємства, внутрішні фактори впливу на фінансовий потенціал підприємства.

Аннотация. Исследована сущность понятия финансового потенциала предприятия. Проанализированы особенности воздействия факторов, влияющих на его становление. Обосновано, что для современных предприятий чрезвычайно важно адекватно оценивать собственные возможности развития и эффективно распоряжаться имеющимися ресурсами.

Ключевые слова: предприятие, организация, финансы, потенциал, финансово-хозяйственная деятельность, финансовый потенциал, конкурентоспособность, финансовый потенциал предприятия, внешние факторы влияния на финансовый потенциал предприятия, внутренние факторы влияния на финансовый потенциал предприятия.

Annotation. The essence of the concept of financial potential of an enterprise is investigated. The features of the impact of factors influencing its formation are analyzed. It has been substantiated that for modern enterprises it is extremely important to adequately assess their own development opportunities and effectively manage available resources.

Keywords: enterprise, organization, finance, potential, financial and economic activity, financial potential, competitiveness, financial potential of an enterprise, external factors influencing the financial potential of an enterprise, internal factors influencing the financial potential of an enterprise.

За сучасних умов глобалізації зростає значення ефективного використання фінансового потенціалу підприємств. Оцінювання потенційних можливостей підприємства є важливим для забезпечення сталого розвитку, підвищення конкурентоспроможності та інвестиційної привабливості суб'єкта господарювання.

Дослідженням особливостей оцінювання фінансового потенціалу підприємства займалися і займаються Бланк І., Демчишак Н., Денисюк О., Маслак О., Турчак В., Касьянова Н. та ін.

Метою написання статті є аналіз факторів, що впливають на фінансовий потенціал підприємства.

Підприємство (організація) не може бути ізольованим від ринку. Взаємодія із зовнішнім середовищем є необхідною умовою діяльності підприємства або організації, що дозволяє взаємодіяти з продавцями та виробниками товарів, покупцями, державою і громадськими організаціями. Зовнішні фактори не залежать від діяльності підприємства, але можуть мати значний вплив на величину прибутку (табл. 1) [9].

Таблиця 1

Фактори зовнішнього середовища, що впливають на фінансовий потенціал підприємства

Назва	Складові
1	2
Фактори міжнародного середовища	<ul style="list-style-type: none"> – структура господарства країни; – характер розподілу доходів; – середній рівень заробітної плати; – вартість транспортних послуг; – обмінний курс валюти
Економічні фактори	<ul style="list-style-type: none"> – чинне законодавство; – природні умови; – темпи розвитку економіки і стан ринків;

1	2
	<ul style="list-style-type: none"> – характер економіки та економічних процесів; – рівень інфляції, дефляція; – державне регулювання цін, тарифів, відсотків, податкових ставок і пільг; – соціально-економічні умови; – система оподаткування; – загальна кон'юнктура національного ринку; – розміри та темпи зростання чи зменшення ринку; – інвестиційні процеси; – система ціноутворення; – рівень розвитку зовнішньоекономічних зв'язків держави; – рівень зайнятості населення; – затрати на виробництво; – рівень конкурентності ринків
Соціально-культурні фактори	<ul style="list-style-type: none"> – попит населення; – трудові відносини; – рівень заробітної плати; – умови праці; – ступінь соціальної нерівності; – воєнні конфлікти; – сприяння (недовіра) до приватного бізнесу; – відносини «підприємство–громадські організації»; – економічний націоналізм; – ставлення до іноземців; – профспілкова активність
Політико-інституційні фактори	<ul style="list-style-type: none"> – стабільність уряду; – державна політика приватизації (націоналізації); – державний контроль і регулювання діяльності підприємств; – міждержавні угоди з іншими урядами; – вимоги до забезпечення рівня зайнятості; – державна політика щодо забезпечення ресурсами окремих галузей підприємства; – рівень корупції державних структур; – кризи; – політична стабільність
Науково-технічні фактори	<ul style="list-style-type: none"> – технологічні прориви; – скорочення (подовження) життєвого циклу технологій; – питома вага наукоємних виробництв і продукції; – вимоги до науково-технічного рівня виробництва, що забезпечує конкурентоспроможність; – вимоги до кваліфікації кадрів високотехнологічних виробництв; – рівень розвитку техніки; – доступність придбання або можливість розробки власних інновацій; – науково-технічний прогрес
Природно-екологічні фактори	<ul style="list-style-type: none"> – природно-кліматичні умови; – територіальне розміщення природних копалин і природних ресурсів; – розміщення великих промислових і сільськогосподарських центрів; – законодавство з екологічних питань (зміни й обмеження, ними зумовлені); – стан екологічного довкілля; – природні катаклізми
Структурні тенденції	<ul style="list-style-type: none"> – структура галузей національної економіки; – виникнення нових галузей; – згорання діяльності застарілих галузей; – вплив міжнародного розподілу праці на діяльність окремих галузей і підприємств; – зміни оптимальних розмірів підприємств
Тенденції ресурсного забезпечення	<ul style="list-style-type: none"> – структура і наявність національних ресурсів; – імпорт (експорт); – рівень дефіцитності ресурсів, які споживають наявні підприємства; – доступність ресурсів (ціни та витрати на перевезення)

Істотний вплив на фінансові результати організації або підприємства має такий зовнішній фактор, як інфляція. Висока інфляція негативно впливає на відтворювальний процес і є основним дестабілізуючим фактором розвитку виробництва та стійкості фінансового стану підприємства [7]. У 2016 р. в Україні спостерігався найвищий рівень інфляції за останні 20 років: на кінець року рівень інфляції становив 40,3 %.

Внутрішні фактори також впливають на фінансовий потенціал діяльності підприємства. До них належать фактори, обумовлені зростанням обсягу виробництва продукції, робіт або послуг, і фактори ресурсного характеру. Ці фактори безпосередньо залежать від самої організації чи підприємства й істотно впливають на отриманий результат (табл. 2) [10].

Таблиця 2

Фактори внутрішнього середовища, що впливають на фінансовий потенціал підприємства

Фактори	Складові
Виробничі	<ul style="list-style-type: none"> – обсяги виробництва; – собівартість продукції; – рівень ефективності використання виробничих ресурсів підприємства; – ступінь морального та фізичного зносу об'єктів нерухомості підприємства; – раціональність режимів роботи та відпочинку; – забезпеченість робочих місць матеріалами, електроенергією, комплектуючими виробами, оснащенням; – наявність передових технологій і сучасного устаткування; – ефективність діяльності підприємства; – стан системи контролю якості
Маркетингові	<ul style="list-style-type: none"> – рівень кваліфікації персоналу; – якість продукції; – стратегія підприємства; – рівень компетентності фахівців і керівників; – наявність інноваційних можливостей і потенціалу; – імідж підприємства та інтелектуальний потенціал; – організація руху товарів
Управлінські	<ul style="list-style-type: none"> – рівень організації праці; – відповідність організаційної структури стратегії та цілям підприємства
Фінансові	<ul style="list-style-type: none"> – ефективність використання фінансових ресурсів; – організація фінансових потоків

Бачимо (табл. 2), що на фінансовий потенціал діяльності підприємства впливають виробничі, маркетингові, управлінські та фінансові внутрішні фактори [10].

Найвагомішим фактором впливу на фінансовий потенціал підприємства є собівартість. Сутність собівартості полягає в тому, що вона показує виражені у грошовій формі сукупні витрати конкретного підприємства на виробництво й реалізацію продукції [5].

Для підвищення ефективності господарювання, забезпечення розвитку та конкурентоспроможності підприємства на ринку важливо постійно шукати шляхи зниження собівартості продукції та розробляти й упроваджувати до діяльності заходи, що є спрямованими на підвищення прибутку.

Таким чином, на фінансовий потенціал підприємства впливають чимало показників, що є пов'язаними між собою і характеризують різні аспекти фінансово-господарської діяльності підприємства. З огляду на всі фактори впливу на фінансовий потенціал підприємства та прораховуючи можливі збитки можна передбачити ризики і забезпечити фінансову стабільність підприємства.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Добринь С. В.

Література: 1. Демчишак Н. Інвестиційний та фінансовий потенціал в умовах відкритості економіки: специфіка формування та співвідношення. *Вісник Львівського національного університету*. 2009. № 41. С. 156–164. 2. Денисюк О. Г. Майновий потенціал підприємства: сутність, відтворення, управління : автореф. дис. ... канд. екон. наук : 08.00.04. Київ, 2010. 21 с. 3. Зайчук Т. О. Теоретичні аспекти визначення ринкового потенціалу і таргетингу вітчизняними підприємствами. *Маркетинг і менеджмент інновацій*. 2012. № 1. С. 96–104. 4. Касьянова Н. В., Солоха Д. В., Морєва В. В., Белякова О. В., Балакай О. Б. Потенціал підприємства : підручник. Донецьк : Цифрова типографія, 2012. 258 с. 5. Маслак О. І. Особливості оцінювання економічного потенціалу підприємства в умовах циклічних коливань. *Вісник соціально-економічних досліджень*. 2013. № 1. С. 121–127. 6. Морщеньок Т. С., Біляк О. М. Огляд підходів до визначення економічної сутності поняття «ефективність». *Економічний вісник Запорізької державної інженерної академії*. 2014. № 8. С. 82–89. 7. Яремко І., Ронек Г. Розвиток бухгалтерського обліку та аналітичного інструментарію підприємства : монографія. Львів : Видавництво Львівської політехніки, 2014. 208 с. 8. Сабитова Н. М. Бюджетное устройство и эффективность функционирования бюджетной системы субъектов Российской Федерации (по материалам Республики Татарстан) : автореф. дис. ... д-ра екон. наук :

08.00.10. СПб., 2003. 35 с. **9.** Турило А. М., Агапова А. В. Теоретико-методологічні засади визначення сутності і оцінки категорії «економічний стан підприємства». *Актуальні проблеми економіки*. 2010. № 2. С. 156–159. **10.** Турчак В. В., Чижинська С. Д. Методика оцінки фінансового потенціалу підприємства в сучасних умовах господарювання. *Молодий вчений*. 2014. № 8. С. 49–52. **11.** Шумська С. С. Фінансовий потенціал України: методологія визначення та оцінки. *Фінанси України*. 2007. № 5. С. 56–57.

АНАЛІЗ РЕНТАБЕЛЬНОСТІ ВЛАСНОГО КАПІТАЛУ ІЗ ЗАСТОСУВАННЯМ БАГАТОФАКТОРНИХ МОДЕЛЕЙ

УДК 336.647

Кирпичов В. А.

Студент 4 курсу
фінансового факультету ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. Розглянуто методику факторного аналізу рентабельності власного капіталу із застосуванням моделей Дюпона та Шеремета–Сайфуліна. Досліджено фактори впливу на ефективність використання власних коштів. Наведено приклад практичного застосування моделей із використанням інформації, що міститься у фінансовій звітності ДНВП «Об'єднання Комунар».

Ключові слова: підприємство, організація, фінанси, капітал, рентабельність, власний капітал, рентабельність власного капіталу, факторний аналіз, метод ланцюгових підстановок, модель Дюпона, модель Шеремета–Сайфуліна.

Аннотация. Рассмотрена методика факторного анализа рентабельности собственного капитала с применением моделей Дюпона и Шеремета–Сайфулина. Исследованы факторы влияния на эффективность использования собственных средств. Приведен пример практического применения моделей с использованием информации, содержащейся в финансовой отчетности ГНПП «Объединение Коммунар».

Ключевые слова: предприятие, организация, финансы, капитал, рентабельность, собственный капитал, рентабельность собственного капитала, факторный анализ, метод цепных подстановок, модель Дюпона, модель Шеремета–Сайфулина.

Annotation. The method of factor analysis of the return on equity with the use of Dupont and Sheremet-Saifulin models is considered. The factors influencing the efficiency of use of own funds are investigated. An example of the practical application of models using the information contained in the financial statements of SNNP Kommunar Association is given.

Keywords: enterprise, organization, finance, capital, profitability, equity, return on equity, factor analysis, chain substitution method, DuPont model, Sheremet–Sayfulin model.

У загальній структурі капіталу підприємства значну роль відіграє власна частина, що є одним з головних об'єктів успішного розвитку підприємства. Управління власним капіталом є пов'язаним не лише із забезпеченням ефективного використання вже накопиченої його частини, а й із формуванням власних фінансових ресурсів, що забезпечують майбутній розвиток підприємства. Величина та тенденції зміни власного капіталу важливі для прийняття власниками рішення про доцільність або недоцільність продовження та розширення діяльності, а для потенційних інвесторів та акціонерів – про перспективу отримання прибутку. Тому управління власним капіталом як основа будь-якої діяльності, величина та структура якого є показником фінансової стійкості та незалежності, вимагає визначення ефективності його використання.

Метою написання статті є обґрунтування підходів до факторного аналізу рентабельності власного капіталу задля визначення впливу на неї виробничих і позавиробничих факторів.

Теоретичні та практичні основи факторного аналізу підприємства висвітлено у працях Бердара М., Катана Л., Кошелькова Г., Сайфуліна Р., Шеремета А. та ін.

Показником ефективності використання капіталу є його рентабельність – один із основних вартісних показників ефективності виробництва, що характеризує рівень віддачі активів і ступінь використання капіталу у процесі виробництва. Рентабельність може сприйматися як комплексний показник, що характеризує різні аспекти діяльності суб'єкта господарювання [2].

Підвищення рентабельності власного капіталу досягають шляхом раціонального використання фінансових ресурсів підприємства, результатом чого є повернення капіталу з прибутком. Однак, для досягнення такої мети важливо оцінювати вплив зміни того чи іншого фактора на показник прибутку підприємства, що є достатньо складним завданням. Вирішити це завдання можна за застосування моделі Дюпона, що передбачає визначення зміни рентабельності власного капіталу (ROE) [3].

Оцінювання впливу зміни кожного фактора має здійснюватися у їхній системній прив'язці, адже на зниження загальних фінансових результатів можуть впливати різні фактори. Варіації моделі Дюпона можуть містити від двох до п'яти фінансових мультиплікаторів, що дає змогу системно оцінити ефективність управління капіталу підприємства у частині власних коштів (рис. 1) [4].

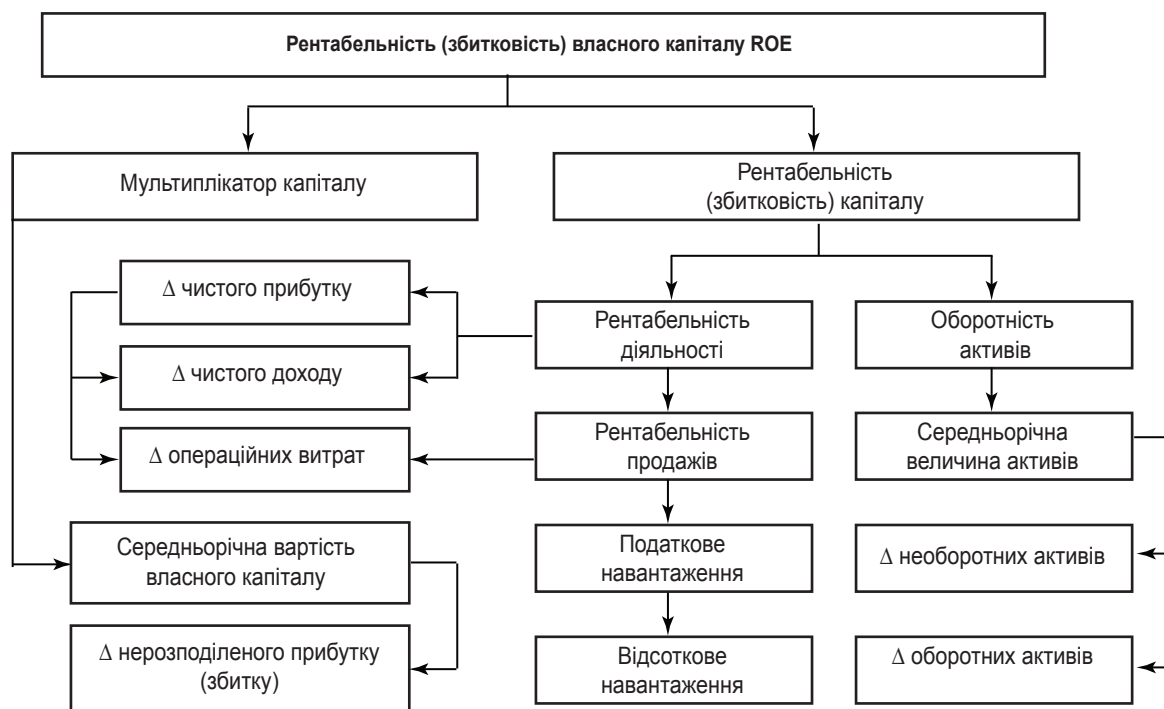


Рис. 1. Вплив факторних ознак на рентабельність власного капіталу підприємства

Для дослідження ефективності використання власного капіталу підприємства було використано п'ятифакторну модель Дюпона, у якій аналізується тенденція зміни показника рентабельності власного капіталу. Потім, використовуючи формули розкладу цього показника на фактори, визначають, який із факторів і якою мірою впливає на результативний показник [4].

Ця модель має вигляд:

$$ROE = \frac{ЧП}{ВК} \frac{ЧП}{ЕВТ} \times \frac{ЕВТ}{ЧД} \times \frac{ЧД}{К} \times \frac{К}{ВК} = ПН \times ВН \times РП \times Коб \times МК, \quad (1)$$

де ROE – доходність власного капіталу;

ЧП – чистий прибуток;

ВК – середньорічна вартість власного капіталу;

ЕВТ – фінансовий результат від звичайної діяльності до оподаткування;

ЕВІТ – прибуток до сплати податків і відсотків;

К – середньорічний обсяг капіталу;

ПН – коефіцієнт податкового навантаження;

ВН – коефіцієнт відсоткового навантаження;

РП – рентабельність продажів;

Коб. – коефіцієнт оборотності капіталу;

МК – мультиплікатор капіталу.

Результати розрахунку цієї моделі для підприємства ДНВП «Об'єднання Комунар» подано в табл. 1 [4].

Таблиця 1

Динаміка вибірових фінансових показників і мультиплікаторів капіталу ДНВП «Об'єднання Комунар»

№	Показники	2015	2016	Зміна
1	Фінансовий результат від звичайної діяльності до оподаткування, тис. грн	2549	-24855	-27404
2	Податок на прибуток, тис. грн	1891	0	-1891
3	Чистий прибуток, тис. грн	658	-25021	-25679
4	Чистий дохід, тис. грн	256241	253292	-2949
5	Середньорічний обсяг капіталу, тис. грн	394032	375418,5	-18614
6	Середньорічний обсяг власного капіталу, тис. грн	260629,5	244216,5	-16413
7	Прибуток до сплати відсотків і податків, тис. грн	17214	-18015	-35229
8	Рентабельність продажів, РП	0,067	-0,070	-0,137
9	Коефіцієнт оборотності капіталу, Коб.	0,650	0,674	0,024
10	Мультиплікатор капіталу, МК	1,510	1,530	0,020
11	Коефіцієнт податкового навантаження, ПН	0,250	- 1,007	-1,257
12	Коефіцієнт відсоткового навантаження, ВН	0,148	-1,380	-1,528
13	Рентабельність власного капіталу, ROE	0,002	-0,102	-0,104

Факторний аналіз ефективності використання власного капіталу ДНВП «Об'єднання Комунар» засвідчив, що у 2016 р. підприємство перебувало у зоні збитковості, що підтверджено значенням коефіцієнта збитковості власного капіталу (0,102). Це відбулося одночасно зі збільшенням відсоткового навантаження на 152,8 %, збільшенням оборотності капіталу на 2 % і мультиплікатора капіталу відповідно на 2 %, а також зниженням рентабельності продажів на 2 %. Рівень впливу окремого фактора на результативний показник визначено нижче.

Виходячи з того, що модель Дюпона передбачає розклад показника ROE на низку фінансових коефіцієнтів його формування, кожний коефіцієнт впливає на результативний показник. Тому для оцінки впливу кожного фактора на ефективність використання власного капіталу застосовано метод ланцюгових підстановок. Сутність методу полягає в тому, що у базову формулу, яка визначає результативний показник, необхідно послідовно підставляти звітне значення фактора. Отриманий результат порівнюють із базовим значенням результативного показника і визначають його вплив. Результати розрахунку впливу факторних ознак на результативну модель подано в табл. 2 [4].

Таблиця 2

Результат впливу факторних ознак на зміну рентабельності власного капіталу підприємства у 2016 р. порівняно із 2015 р.

Показники	Коефіцієнт
ROE 2015	0,002
ROE 2016	-0,102
Вплив факторних ознак на ROE, у тому числі:	-0,104
вплив податкового навантаження, Δ ROE ПН	-0,012
вплив відсоткового навантаження, Δ ROE ВН	0,101
вплив рентабельності продажів, Δ ROE РП	-0,187
вплив коефіцієнта оборотності капіталу, Δ ROE Коб.	-0,003
вплив мультиплікатора капіталу, Δ ROE МК	-0,001

Отже, на перехід ДНВП «Об'єднання Комунар» до збиткової зони та зменшення рентабельності власного капіталу на 10,4 % вплинуло зниження рентабельності продажів на 13,7 %. До показників, зміною яких спричинено підвищення результативного коефіцієнта, належить зокрема зменшення відсоткового навантаження (152,8 %). Основним фактором впливу на зростання рівня збитковості власного капіталу ДНВП «Об'єднання Комунар» є скорочення рентабельності продажів.

Проведемо ще один факторний аналіз, що є пов'язаним із власним капіталом – чотирьохфакторний аналіз темпу приросту власного капіталу.

Зростання власного капіталу відбувається передусім через нерозподілений прибуток. Стабільні темпи зростання підприємства – темпи зростання власного капіталу підприємства, джерелом якого є нерозподілений прибуток. Отже, цей показник є основою стабільного зростання підприємства, його спроможності розвиватися за рахунок внутрішнього фінансування.

Темп приросту власного капіталу визначають як відношення суми нерозподіленого прибутку до власного капіталу. Таке визначення можна подати у вигляді факторної моделі, запропонованої російськими науковцями Шереметом А. Д. та Сайфуліним Р. С. [6].

Модель має вигляд:

$$T_{np} = \frac{HrPr}{K} = \frac{ЧП}{B} \times \frac{B}{K} \times \frac{K}{BK} \times \frac{HrPr}{ЧП}, \quad (2)$$

де $HrPr$ – нерозподілений прибуток;

K – загальна середньорічна сума капіталу;

$ЧП$ – чистий прибуток;

B – чистий дохід (виручка) від реалізації продукції;

BK – середньорічна сума власного капіталу.

Результати розрахунку впливу факторних ознак на результативну модель для ДНВП «Об'єднання Комунар» подано в табл. 3 [6].

Таблиця 3

Факторний аналіз темпу приросту власного капіталу ДНВП «Об'єднання Комунар»

Показник	Роки	
	2015	2016
Чистий прибуток	658	-25021
Загальна сума капіталу	394032	375418,5
Власний капітал	260629,5	244216,5
Нерозподілений прибуток	28867	7796
Чистий дохід від реалізації продукції	256241	253292
Чиста рентабельність обігу, %	0,25	-9,87
Коефіцієнт оборотності капіталу	0,65	0,674
Мультиплікатор капіталу	1,51	1,53
Частка нерозподіленого прибутку в чистому прибутку	430,8	-0,31
Темп приросту власного капіталу, %	11,07	3,19
Зміна темпу зростання, %		-7,88
за рахунок зміни рентабельності обороту, %		-4,35
за рахунок зміни коефіцієнта оборотності капіталу, %		-0,157
за рахунок зміни мультиплікатора капіталу, %		-0,058
за рахунок зміни частки реінвестованого прибутку, %		4,49

Бачимо (табл. 3), що результати факторного аналізу приросту власного капіталу співпадають із результатами факторного аналізу рентабельності власного капіталу: відбувається зменшення обох показників приблизно на 7,88 % і 10,49% відповідно. В обох випадках таке зниження є зумовленим неефективним управлінням витратами у 2016 р., що проявляється у зниженні чистої рентабельності обігу на 10,12 %.

Таким чином, проведене дослідження продемонструвало доцільність і практичну значущість поглибленого аналізу показників рентабельності. Застосування моделей Дюпона та Шеремета–Сайфуліна дає змогу проводити цілеспрямовані дослідження, пов'язані з вивченням формування рентабельності власного капіталу як показни-



ка, що є найважливішим для власників підприємства. За застосування моделі факторного аналізу рентабельності власного капіталу визначено, що використання капіталу, який інвестовано у підприємства, є неефективним. Найпроблемнішими місцями є управління оборотними коштами, що, у свою чергу, потребує розробки оптимізаційних заходів щодо структури джерел фінансування капіталу підприємства задля виходу із зони збитків та мінімізації рівня фінансових ризиків.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Юшко С. В.

Література: 1. Катан Л. І. Фінансові ресурси підприємства та особливості їх формування. *Вісник Дніпропетровського державного аграрно-економічного університету*. 2014. № 6. С. 38–44. 2. Бердар М. М. Фінанси підприємств : навч. посіб. Київ : Центр навч. літ., 2010. 352 с. 3. Кошельков Г. В., Малишко В. С. Факторний аналіз рентабельності власного капіталу підприємства. *Економіка і суспільство*. 2016. № 7. С. 361–368. 4. Крылов А. А. Модель Дюпона в рамках факторного аналізу рентабельності собственого капіталу. *Российская экономика: уроки финансово-экономического кризиса и взгляд в будущее*. 2011. № 8. С. 125–129. 5. Характеристика багатofакторної моделі Дюпона. <http://www.creditsvit.com.ua/xarakteristika-bagatofaktorno%D1%97-modeli-dyupon>. 6. Шеремет А. Д., Сайфулин Р. С., Негашев Е. В. Методика фінансового аналізу. М. : Инфра-М, 2012. 208 с.



АНАЛІЗ ПОКАЗНИКІВ РЕНТАБЕЛЬНОСТІ ТА ЇХ ВПЛИВУ НА ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА

УДК 336.67

Кібасова Т. І.

Студент 4 курсу
фінансового факультету ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. Проаналізовано сутність і зміст системи показників рентабельності підприємства. На прикладі ДНВП «Об'єднання Комунар» проведено аналіз рентабельності. Обґрунтовано важливість для підприємства підвищення рівня його рентабельності та ефективності діяльності. Запропоновано напрями підвищення результуючого показника, обраного для дослідження діяльності підприємства.

Ключові слова: підприємство, організація, фінанси, капітал, власний капітал, фінансова стійкість, рентабельність, прибуток, чистий прибуток, рентабельність продажів, рентабельність власного капіталу.

Аннотация. Проанализированы сущность и содержание системы показателей рентабельности предприятия. На примере ГНПП «Объединение Коммунар» проведен анализ рентабельности. Обоснована важность для предприятия повышения уровня его рентабельности и эффективности деятельности. Предложены направления повышения результирующего показателя, выбранного для исследования деятельности предприятия.

Ключевые слова: предприятие, организация, финансы, капитал, собственный капитал, финансовая устойчивость, рентабельность, прибыль, чистая прибыль, рентабельность продаж, рентабельность собственного капитала.

Annotation. Analyzed the nature and content of the system of indicators of profitability of the enterprise. On the example of SNNP «Association Kommunar» the analysis of profitability. It justifies the importance for the enterprise of increasing its level of profitability and business efficiency. The directions of increasing the resulting indicator selected for the study of the enterprise's activities are proposed.

Keywords: enterprise, organization, finance, capital, equity, financial stability, profitability, profit, net profit, return on sales, return on equity.

За сучасних економічних умов велика увага приділяється ефективності діяльності підприємств, що визначається за застосування комплексного економічного аналізу. У системі такого аналізу важливу роль відіграють показники рентабельності, що дають змогу підприємству визначити тенденції подальшого розвитку, впливати на ефективність виробництва та виявляти резерви зростання прибутку.

Для визначення довгострокового благополуччя організації систему показників рентабельності використовують як інструмент інвестиційної політики та ціноутворення. Тому завжди існуватиме інтерес до цієї теми, а методи розширюватимуться і доповнюватимуться.

Нині ця проблема набула особливої гостроти: діяльність кожного суб'єкта господарювання є предметом уваги широкого кола учасників ринкових відносин, оскільки затяжна економічна криза в країні знецінює одержуваний дохід, підприємства вже не можуть покладатися на державну підтримку, вони все більше діють за умов самокупності та самофінансування. Щоб забезпечити виживання підприємства за сучасних умов, необхідно вміти реально оцінювати економічний стан як свого підприємства, так і потенційних конкурентів.

Метою написання статті є аналіз показників рентабельності, що характеризують ступінь ефективності використання матеріальних, трудових, фінансових та інших ресурсів на прикладі ДНВП «Об'єднання Комунар».

У пострадянській економічній літературі проблемі рентабельності присвячено статті та монографії Алексеева П. Д., Бикадорова В. Л., Власової В. М., Журавкової І. В., Крилова Е. І., Моргун О. Ф., Негашева Є. В., Русак Н. А., Стражева В. І., Шеремета А. Д. та ін. Однак, сутність поняття «рентабельність» не визначено однозначно, існують відмінності в його тлумаченні.

Так, Крилов Е. І. визначає рентабельність як кількісний показник, що розраховують як різницю між ціною й вартістю товарів, обсягом продажу та собівартістю (у сфері обігу – між валовими доходами і витратами обігу) [2].

Важливість такого показника, як рентабельність, у діяльності будь-якого підприємства неможливо переоцінити, оскільки саме він є індикатором ефективності роботи організації: для будь-якої компанії основною метою є збільшення прибутку порівняно з витратами на виробництво. У найпростішому розумінні рентабельність є показником того, який відсоток або частка виручки підприємства від його комерційної діяльності припадає на чистий прибуток. Саме показник чистого прибутку повідомляє власнику підприємства краще за інші, наскільки комерційна діяльність є ефективною.

Тому доцільно провести аналіз показників рентабельності, що характеризують ступінь ефективності використання матеріальних, трудових, фінансових та інших ресурсів: рентабельність продажів, виробництва, власного капіталу, валового доходу і чистого прибутку на прикладі ДНВП «Об'єднання Комунар» (табл. 1) [3].

Таблиця 1

Показники рентабельності підприємства ДНВП «Об'єднання Комунар», 2014–2016 рр.

Назва показника	Умовне позначення	Формула для розрахунку	Нормативне значення	2014	2015	2016
Рентабельність продажу, у відсотках	Рп	Прибуток від операційної діяльності / Чиста виручка від реалізації	Збільшення	11,69	3,48	-7,15
Рентабельність виробництва (основної діяльності), у відсотках	Рв	Прибуток від операційної діяльності / Собівартість реалізованої продукції	Збільшення	18,71	5,34	-9,8
Рентабельність власного капіталу, у відсотках	Рвк	Чистий прибуток / Величина власного капіталу (середньорічна)	Збільшення	1,14	0,25	-10,25
Показник валового доходу, у відсотках	РВД	Валовий дохід / Виручка від реалізації	Збільшення	37,64	34,79	27,02
Показник чистого прибутку, у відсотках	РЧП	Чистий прибуток / Виручка від реалізації	Збільшення	5,23	0,26	-9,88

Щоб детальніше відстежити динаміку показників, подані у табл. 1 розрахунки узагальнено графічно (рис. 1).

Показник рентабельності продажів за 2014 р. і 2015 р. становив 11,69 і 3,48 операційного прибутку відповідно, що одержує підприємство з кожної гривні проданої продукції. Але у 2016 р. спостерігається зовсім протилежна ситуація, коефіцієнт мав від'ємне значення (-7,15). Причиною зниження цього коефіцієнта може бути зростання витрат на виробництво й реалізацію продукції. У 2014 р. частка операційного прибутку в обсязі продажів становила 18,71, що майже на 13,37 більше, ніж у 2015 р. Щодо 2016 р., то рентабельність основної діяльності має теж від'ємне значення, як і попередній показник, і дорівнює -9,8 грн операційного прибутку в обсязі продажів. Отри-

мане значення за останній рік можна аргументувати збільшенням собівартості, що вплинуло на зменшення рентабельності. Другим фактором стало збільшення управлінських витрат, а третім – комерційних витрат.

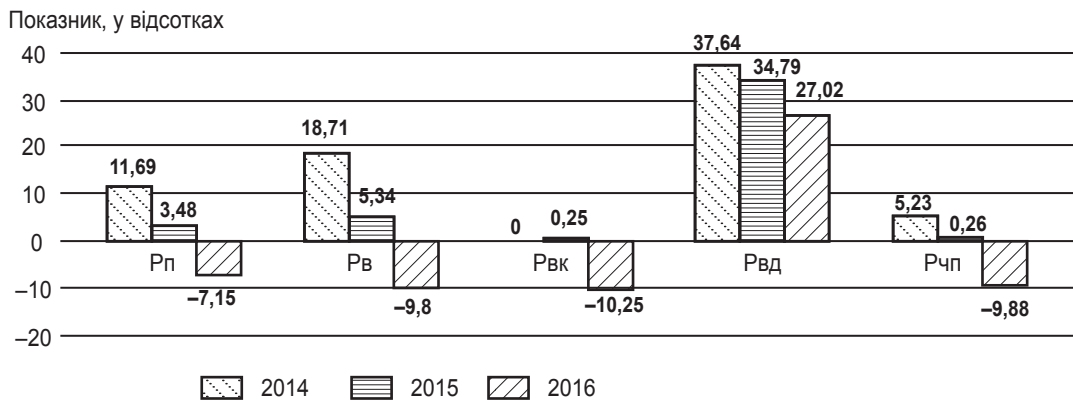


Рис. 1. Показники фінансової стійкості ДНВП «Об'єднання Комунар», 2014–2016 рр.

Зменшення коефіцієнта рентабельності притаманне всім рокам досліджуваного періоду: у 2014 р. показник становив 1,14, а у 2015 р. – 0,25. Така тенденція стабільного зростання коефіцієнта означає підвищення здатності компанії генерувати прибуток власникам. Однак, у 2016 р. показник знизився до –10,25, що характеризується зниженням власного капіталу.

Значення валової рентабельності за 2014–2015 рр. є негативним і перебуває в діапазоні від 27,02 до 37,64, що свідчить про неефективність функціонування виробничих фондів. Таке зменшення вказує на скорочення виробничої ефективності, тобто підвищення собівартості продукції. У 2014–2016 рр. рентабельність чистого прибутку знизилася з 5,23 до –9,88, що свідчить про хитке ринкове положення ДНВП «Об'єднання Комунар».

Розраховані показники дають змогу відзначити низьку ефективність використання організацією ресурсів і свідчать про несприятливий фінансовий стан ДНВП «Об'єднання Комунар». Виявлені проблеми щодо забезпечення стабільного фінансового стану ДНВП «Об'єднання Комунар» є актуальними і мають бути вирішені шляхом реалізації ефективних заходів.

Отримані негативні показники рентабельності є важливим сигналом для керівництва ДНВП «Об'єднання Комунар», вони демонструють відсоток збитковості виробництва або продажів на кожен вкладений гривню в товар і сигналізують, що підприємство неефективно розпоряджається власними активами. Виходить, що собівартість продукції є вищою, ніж прибуток від її реалізації, а ціна є недостатньо високою для покриття всіх витрат [2; 3].

Різноманіття показників рентабельності визначає альтернативність пошуку шляхів її підвищення. При аналізі шляхів підвищення рентабельності важливо розділяти вплив зовнішніх і внутрішніх факторів. У цілому однією з умов процвітання підприємства є розширення ринку збуту продукції за рахунок зниження ціни на пропонувані товари, але це не завжди так. Тому уваги цьому зовнішньому фактору слід приділяти менше, ніж внутрішнім: збільшення обсягів виробництва, зниження собівартості продукції, підвищення віддачі основних засобів [4].

Проведений аналіз дає підстави стверджувати, що за низької рентабельності продажів слід прагнути прискорення обігу активів. Віддача власного капіталу зростає за зростання частки позикових коштів у складі сукупного капіталу [4].

Зауважимо, що неможна абстрактно розглядати вплив окремих факторів, оскільки на рівень і динаміку показників рентабельності впливає сукупність виробничо-господарських факторів: рівень організації виробництва й управління, структура капіталу та його джерел, ступінь використання виробничих ресурсів, витрати на виробництво й собівартість виробів, прибуток за видами діяльності та напрямки її використання [4].

За сучасних ринкових умов аналіз рентабельності підприємства відіграє особливу роль як узагальнюючий показник ефективності виробництва. У практиці оцінки фінансового стану підприємства використовують систему взаємозалежних показників рентабельності, що мають особливе значення в механізмі управління діяльністю підприємства.

На підставі аналізу рентабельності ДНВП «Об'єднання Комунар» можна зробити висновки, що на підприємстві резервами збільшення прибутку та рентабельності є збільшення обсягу виробництва й реалізації продукції, що випускається; зниження її собівартості, а також підвищення якості.

Таким чином, підприємство має використовувати як наявні внутрішні можливості підвищення ефективності роботи, так і пристосовуватися до зовнішніх впливів і використовувати їх для підвищення результуючого показника діяльності. За сучасних ринкових умов, коли керівництву підприємства доводиться постійно приймати неординарні рішення для забезпечення прибутковості та стійкості фінансового розвитку підприємства, показники рен-

табельності мають особливо важливе значення. Система показників рентабельності є надзвичайно важливою для прийняття рішень щодо інвестування, планування, складання кошторисів, координування, оцінки та контролю роботи підприємства і його результатів. Рентабельність як кінцевий результат діяльності підприємства створює умови для його розширення, розвитку, самофінансування й підвищення конкурентоспроможності.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Добринь С. В.

Література: 1. Быкадоров В. Л., Алексеев П. Д. Финансово-экономическое состояние предприятия : практ. пособие. М. : Приор, 2000. 95 с. 2. Крылов Э. И., Власова В. М., Журавкова И. В. Анализ финансовых результатов, рентабельности и себестоимости продукции : учебное пособие. М. : Финансы и статистика, 2005. 720 с. 3. Державне космічне агентство України // Офіційний сайт Державного космічного агентства України. URL: <http://www.pkau.gov.ua/ua/enterprises-ua>. 4. Русак Н. А., Стражев В. И., Моргун А. Ф. Анализ хозяйственной деятельности в промышленности. Мн. : Выш. школа, 2008. 528 с. 5. Шеремет А. Д., Сайфулин Р. С., Негашев Е. В. Методика финансового анализа. М. : Инфра-М, 2012. 208 с.

ФІНАНСОВИЙ СТАН ПІДПРИЄМСТВА: СУТНІСТЬ ТА ЙОГО РОЛЬ В УПРАВЛІННІ ПІДПРИЄМСТВОМ

УДК 658.15:005.332.4

Кібасова Т. І.

Студент 4 курсу
фінансового факультету ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. Проаналізовано сутність і зміст фінансового стану як економічної категорії. Обґрунтовано важливість аналізу фінансового стану як одного з найоб'єктивніших і найдостовірніших джерел інформації, використовуваних задля ефективного управління підприємством. Запропоновано напрями використання результатів аналізу фінансового стану.

Ключові слова: підприємство, організація, фінанси, фінансовий стан, фінансова стійкість, платоспроможність, конкурентоспроможність, економічна ефективність господарської діяльності.

Аннотация. Проанализированы сущность и содержание финансового состояния как экономической категории. Обоснована важность анализа финансового состояния как одного из самых объективных и достоверных источников информации, используемых для эффективного управления предприятием. Предложены направления использования результатов анализа финансового состояния.

Ключевые слова: предприятие, организация, финансы, финансовое состояние, финансовая устойчивость, платежеспособность, конкурентоспособность, экономическая эффективность хозяйственной деятельности.

Annotation. The essence and content of the financial condition as an economic category are analyzed. The importance of analyzing the financial condition as one of the most objective and reliable sources of information used for the effective management of the enterprise has been substantiated. The proposed use of the results of the analysis of the financial condition.

Keywords: enterprise, organization, finance, financial condition, financial stability, solvency, competitiveness, economic efficiency of economic activity.



За сучасних економічних умов діяльність кожного підприємства є предметом уваги сторін, зацікавлених у результатах його роботи. Нині важливе значення має фінансова стійкість підприємства, а також підвищення його конкурентоспроможності. За ринкових умов максимізація прибутку, а також підвищення ефективності є головними цілями діяльності підприємства.

Оцінка фінансового стану підприємства є однією з найважливіших функцій управління будь-якого підприємства. Проведення такої оцінки носить не лише ретроспективний характер, вона має випереджати розробку нових управлінських рішень, сприяти економічному обґрунтуванню цих рішень, бути основою тактичного, оперативного та стратегічного планування.

Істотний внесок у розвиток і вдосконалення методів аналізу фінансового стану зробили науковці Колпіна Л. Г., Доля В. Т., Крамаренко Г. О., Подольська В. О., Яріш О. В., Шадріна Г. В. та ін.

Метою написання статті є визначення сутності поняття фінансового стану підприємства, систематизація напрямків його аналізу, а також обґрунтування ролі в управлінні підприємством.

Одним із найпростіших і найдоступніших засобів отримання об'єктивної та достовірної інформації про ефективність діяльності будь-якого суб'єкта господарювання є аналіз його фінансового стану. Головним напрямком практичної реалізації аналізу є моніторинг змін у внутрішньому середовищі суб'єкта, виявлення можливостей підвищення ефективності функціонування в майбутньому, визначення місця в ринковій структурі шляхом зіставлення власних результатів із результатами конкурентів.

Зауважимо, що в економічній літературі немає однозначного визначення фінансового стану підприємства. Так, Подольська В. О. під фінансовим станом розуміє здатність підприємства фінансувати свою діяльність, що характеризується забезпеченістю фінансовими ресурсами, необхідними для нормального його функціонування, доцільністю їх розміщення та ефективністю використання, фінансовими взаємовідносинами з іншими юридичними та фізичними особами, платоспроможністю і фінансовою стійкістю [1].

Шадріна Г. В. дає лаконічніше визначення фінансового стану підприємства і розглядає його як показник фінансової конкурентоспроможності, тобто кредитоспроможності, платоспроможності, виконання зобов'язань перед державою та іншими підприємствами [2].

Доля В. Т. під фінансовим станом розуміє його здатність (або нездатність) фінансувати свою діяльність і здійснювати своєчасні розрахунки з постачальниками, банками, страховиками, бюджетом та іншими контрагентами [3].

Виходячи з вищевикладеного, визначатимемо фінансовий стан як відображення фінансової стійкості підприємства на певний момент, забезпеченості його фінансовими ресурсами для безперервного здійснення господарської діяльності та своєчасного погашення своїх боргових зобов'язань.

Вітчизняний і зарубіжний досвід засвідчують, що одним з основних завдань аналізу фінансового стану є дослідження показників, що характеризують фінансову стійкість. Вона визначається ступенем забезпечення запасів і витрат власними і позиковими джерелами їх формування, співвідношенням обсягів власних і позикових коштів і характеризується системою абсолютних і відносних показників.

Фінансовий аналіз дає змогу оцінити майновий стан підприємства, ступінь підприємницького ризику, достатність капіталу для поточної діяльності, потребу в додаткових джерелах фінансування, здатність до нарощення капіталу, раціональність залучення позикових коштів, а також обґрунтованість політики розподілу і використання прибутку [4].

За умов переходу економіки України до ринкових відносин, суттєвого розширення прав підприємств у галузі фінансово-економічної діяльності значно зростає роль своєчасного та якісного аналізу ліквідності підприємств, їхньої платоспроможності та фінансової стійкості, пошуку шляхів підвищення й зміцнення фінансової стабільності.

Існують кілька основних напрямків аналізу фінансового стану підприємства (рис. 1) [1–5].

Отже, фінансовий стан підприємства характеризують платоспроможність, ліквідність, кредитоспроможність, фінансова стійкість. Усі вони є взаємопов'язаними, але кожне поняття має певну сутність і оцінюється відповідною системою показників.

Платоспроможність є найшишим поняттям, що визначає здатність і можливість організації ефективно використовувати кошти і своєчасно погашати всі борги, у тому числі кредити. Ліквідність характеризує здатність організації оперативно вивести з господарського обігу кошти, необхідні для нормальної фінансово-господарської діяльності та погашення її поточних зобов'язань як на поточний момент, так і в короткостроковому періоді [4].

Кредитоспроможність означає можливість погашення організацією боргів. Кредитоспроможність позичальника залежить від його платоспроможності, ліквідності та фінансової стійкості. Фінансова стійкість організації характеризує стабільність (нестабільність) її діяльності і відображає збалансованість товарних і грошових потоків, доходів і витрат, коштів і джерел їх формування [5].

За умов ринкової економіки значно зростає роль фінансового аналізу як одного з основних інструментів фінансового управління підприємством. Це пов'язано передусім із тим, що нині цей вид аналізу вважають головним

методом оцінки будь-якого суб'єкта господарювання. Його застосування дає змогу приймати оптимальні управлінські рішення щодо інвестування, кредитування, взаємозв'язків із партнерами та ін.



Рис. 1. Основні напрямки аналізу фінансового стану підприємства

Фінансовий аналіз є одним з інструментів дослідження ринку та конкурентоспроможності. Так, за умов ринкової конкуренції підприємствам, які прагнуть забезпечити високу конкурентоспроможність, необхідно постійно стежити за господарською ситуацією на ринку [2].

Слід розглядати фінансовий аналіз як один із самостійних видів послуг, що надаються аудиторськими фірмами. Ознайомлення з фінансовим станом клієнта має важливе значення не лише в період проведення перевірки, а й на стадії укладання договору, коли аудитор фігурує як партнер підприємства.

Тому керівники суб'єктів господарювання мають запровадити практику ведення комплексного аналізу фінансового стану як найважливішого елемента антикризового управління, відстежувати параметри і визначити тенденції розвитку, розробляти укрупнений прогноз. Кожне підприємство має чітко оцінювати фінансовий потенціал, тактику і стратегію свого подальшого розвитку, а також фінансовий стан як свого підприємства, так і підприємств-партнерів [3].

Стійкий фінансовий стан підприємства позитивно впливає на виконання виробничих планів і забезпечення потреб виробництва необхідними ресурсами. Тому фінансова діяльність як складова господарської діяльності є спрямованою на забезпечення планомірного надходження і витрачання грошових ресурсів, виконання розрахункової дисципліни, досягнення раціональних пропорцій власного і позикового капіталу і найефективнішого його використання.

Таким чином, за сучасних умов зростає роль фінансового аналізу на підприємстві, результати якого необхідні не лише власникам, але і кредиторам, інвесторам і постачальникам.

Основним змістом фінансового аналізу є комплексне системне вивчення фінансового стану підприємства і факторів його формування. Визначення якості фінансового стану, вивчення причин його поліпшення або погіршення за певний період, підготовка рекомендацій для підвищення фінансової стійкості і платоспроможності підприємства є основними моментами аналізу фінансового стану. Аналіз фінансового стану будь-якого підприємства слід проводити спільно із економічним аналізом.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Добринь С. В.

Література: 1. Подольська В. О., Яріш О. В. Фінансовий аналіз : навч. посіб. Київ : Центр навч. літ., 2007. 488 с. 2. Шадріна Г. В. Экономический анализ : учебное пособие. М. : Инфра-М., 2005. 162 с. 3. Доля В. Т. Экономический анализ : учебное пособие. Киев : Кондор, 2007. 224 с. 4. Крамаренко Г. О., Чорна О. Є. Фінансовий менеджмент : навч. посіб. Київ : Центр навч. літ., 2009. 520 с. 5. Колпина Л. Г. Финансы предприятий : учебное пособие. Мн. : Виш. школа, 2004. 334 с.

ВПЛИВ СТИЛЮ КЕРІВНИЦТВА НА ЕФЕКТИВНІСТЬ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ

УДК 331

Коба А. Е.

Студент 3 курсу
факультету економіки і права ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. Проаналізовано особливості різних стилів управління персоналом на підприємствах, визначено найефективніші. Деталізовано основні фактори впливу на ефективне управління персоналом. Досліджено взаємини підлеглого і керівництва, колективу та керівництва як сполучної ланки, що впливає на всі управлінські процеси на підприємстві.

Ключові слова: право на працю, зайнятість, персонал, співробітники, колектив, керівництво, управління персоналом.

Аннотация. Проанализированы особенности различных стилей управления персоналом на предприятиях, определены наиболее эффективные. Детализированы основные факторы влияния на эффективное управление персоналом. Исследованы отношения подчиненного и руководства, коллектива и руководства как связующего звена, оказывающего влияние на все управленческие процессы на предприятии.

Ключевые слова: право на труд, занятость, персонал, сотрудники, коллектив, руководство, управление персоналом.

Annotation. The features of various styles of personnel management in enterprises are analyzed, the most effective are identified. The main factors influencing the effective personnel management are detailed. The relations of the subordinate and the management, the collective and the management as a link influencing all management processes in the enterprise are investigated.

Keywords: right to work, employment, personnel, employees, team, management, personnel management.

За сучасних умов сфера управління персоналом активно розвивається, поповнюючись новими практиками та теоріями. Цю діяльність здійснюють кадрові служби, керівник консалтингової організації. Незважаючи на важливість осіб, які займаються контролем персоналу, головну роль відіграють менеджери, які здійснюють повсякденне керівництво організацією. Їх досягнення залежать безпосередньо від стилю управління, якого вони дотримуються. Правильно обраний та успішно застосований стиль контролю дає змогу максимально успішно використовувати потенціал усіх співробітників підприємства.

Метою написання статті є аналіз стилів управління, а також обґрунтування їх впливу на ефективність функціонування підприємства.

Чимало питань, що є пов'язаними з аналізом природи керівництва і лідерства, розглянуто в роботах вітчизняних і зарубіжних науковців, серед них МакГрегор Д., Левін К., Колларік Т., Юкл Г., Дідковський Г., Гордієнко П., Журавльов А., Волков І. та ін. У своїх роботах вчені розкривають сутність поняття «стиль керівництва», аналізують види стилів керівництва, а також підходи до їх вибору.

Величезний вплив на якість міжособистісних взаємин у колективі робітників має керівник і характер його управління. Велике значення має прагнення зрозуміти своїх підлеглих, терпимість, прийняття різних переконань і поглядів. Поняття «стиль управління» охоплює суб'єктивні психологічні характеристики керівника, є спрямованим на досягнення поставленого завдання. Однак, одноставного визначення категорії «стиль управління» не існує, оскільки кожний науковець трактує цей процес по-своєму.

Як вважає Гольдштейн Г. Я., стиль управління є типовою манерою і способом поведінки менеджера [4]. На думку Репіної Е. А., стиль управління є системою сформованих і постійно застосовуваних принципів, манер поведінки, правил, процедур, реакцій, що виникають у ситуаціях, методах, властивих певній державі, організації та особистості [6].

Науковець Переверзев М. Р. вважає, що стиль управління є усталеною манерою поведінки керівника щодо підлеглих, його способом впливати на них і спонукати до досягнення цілей організації.

Наведені визначення стилю керівництва зводяться до сукупності характерних для менеджера прийомів і способів розв'язання задач управління, тобто стиль керівництва розглядають як систему постійно застосовуваних методів керівництва.



Величезний вплив на якість міжособистісних відносин у колективі працівників має особистість керівника і характер його управління. Щоденна робота керівника на будь-яких рівнях має бути орієнтована на досягнення певних результатів. Саме лідер, зорієнтований на ефективний характер керівництва, може досягти високих результатів.

Стиль управління є другим важливим компонентом після мотивації персоналу для здійснення певної діяльності. Метод управління відіграє важливу стимулюючу роль, оскільки разом з іншими стимулами впливає на відносини і поведінку співробітників, і в кінцевому підсумку на ефективність управління.

На практиці можна виділити потенційний і реальний стиль управління. Потенційний стиль управління – сукупність методів і прийомів, які мають використовуватися для ефективного виконання ролі керівника. Фактичний стиль управління – система методів і прийомів для впливу на підлеглих, що є фактично використовуваною у зв'язку з поставленою метою, а також умови, за яких досягають реалізації цілей. Це свого роду компроміс між стилем і потенційним втручаннями, на якому менеджер встановлює методи впливу на співробітників за реальних умов володіння [3].

Розглянемо детальніше стилі управління, у основу класифікації яких покладено ступінь делегування повноважень. Основними стилями контролю є авторитарний, демократичний і ліберальний, відповідно визначають і три типи керівників: автократ, демократ і ліберал.

Авторитарний стиль передбачає ухвалення всіх рішень керівником, чітку окресленість меж компетентності, тобто жорстку визначеність рангів менеджерів, які мають право приймати рішення з певних питань, що є пов'язаними з діяльністю організації. Структура керівництва є дуже жорсткою: усі ухвалені на верхніх рівнях рішення надходять униз як директиви, які не підлягають обговоренню, їх потрібно чітко виконувати. Усі керівники та підрозділи нижчих рівнів ознайомлені лише зі своїм функціональним завданням, не завжди уявляють загальні цілі та зміст завдань. Контроль та оцінювання якості діяльності підрозділу також є перевагою вищого керівництва. Формально відповідальність покладено на управлінську ланку, яка приймає рішення й контролює виробничий процес.

Реально в організаціях з авторитарним стилем управління у разі невдачі завжди виникає феномен перекладання відповідальності на нижчі рівні, тобто на виконавців. Лідерам із таким стилем контролю властиві завищена самооцінка, самовпевненість, агресивність, тотальний контроль за роботою підлеглих, схильність до стереотипів, безкомпромісне сприймання підлеглих та їх дій. Здебільшого це є наслідком догматичного мислення, за якого лише одна відповідь є правильною (переважно це думка керівника), а всі інші – помилковими. Авторитарне керівництво має такі форми: патріархальне, бюрократичне та харизматичне [2].

На відміну від авторитарного, демократичний стиль має початки у теорії «Y» МакГрегора і заснований на припущенні, що працівник готовий присвятити свої знання та вміння досягненню цілей, які ставить перед ним керівник задля підвищення ефективності роботи підприємства. У демократичному стилі підлеглі мають право брати участь в ухваленні рішень. Менеджер встановлює мету, у результаті чого працівникам надається можливість свободи дій у виборі шляхів реалізації цих завдань. Це створює сприятливі умови для вираження власної ініціативи. До того ж розвивається почуття відповідальності за частину роботи. Управління в демократичному стилі характеризується довірою, завдяки чому зростає загальна задоволеність персоналу зробленою роботою. Демократичний керівник не лише пояснює робочій групі свої наміри і поведінку, але намагається бути схваленим групою до початку впровадження власних ідей; обговорює важливі питання; закликає співробітників до висловлення власних ідей і думок; реалізує пропозиції, висунуті працівниками; стимулює розвиток соціальних і професійних якостей підлеглих; знаходить час, щоб вислухати співробітників. Реалізація демократичного стилю роботи посилює мотивацію персоналу, створює позитивну соціально-психологічну атмосферу і фокусується на зміцненні особистої зацікавленості в роботі, можливості брати участь у створенні розробок і реалізації цілей організації [2; 3].

Ліберальний стиль характеризується невисокою активністю, небажанням і нездатністю лідера приймати будь-які рішення, намаганням уникнути будь-яких інновацій, перекладанням виробничих функцій та відповідальності на інших керівників і підрозділи. Підрозділи й організація за такого керівництва неухильно втрачають свою мобільність, співробітники – мотивацію, ініціативу та інтерес до справ організації [5].

Активні, творчо зорієнтовані співробітники починають використовувати робоче місце та час для діяльності, не пов'язаної з організацією. Чим сильнішою є залежність підрозділів або організації від вищих владних структур, тим частіше формується ліберальний тип керівництва. Його ще називають непослідовним стилем, адже він дезорієнтує діяльність і спілкування з підлеглими. Керівник часто діє залежно від свого емоційного стану, що призводить до застосування певного стилю керівництва або поєднання кількох стилів. Загалом, стиль керівництва формується під впливом суб'єктивних (характерологічних якостей керівника, загальної культури індивіда, рівня вимог, особливості самооцінки) та об'єктивних (стиль керівництва адміністрації, характер стосунків, наявність упорядкованих місць для роботи тощо) факторів [5].

Ефективність управлінської діяльності визначається як співвідношення її корисного результату й обсягу витрачених для цього ресурсів [5]. Найважливішими умовами ефективного управлінської діяльності є підтримка без-



конфліктних взаємовідносин у трудовому колективі, ефективне застосування здібностей і кваліфікації працівників, розподіл працівників і роботи згідно із можливостями окремого співробітника і цілями організації.

Нині директор повинен передусім мати кілька важливих якостей: лідерські задатки, спроможність до стратегічного мислення і керівництва, технічні та технологічні навички, вміння вибудовувати відносини і створювати команду, подати себе і спілкуватися, управляти змінами, бути чесним.

Таким чином, на підставі проведеного дослідження можна зробити висновок, що існують різні погляди на стилі керівництва. Однак, не існує універсального стилю управління, який би забезпечував максимальну ефективність організації. Тому головне завдання директора – знайти такі важелі контролю, які б створили найефективніший тип, придатний для конкретної ситуації. Для досягнення оптимальних результатів необхідно прагнути адекватно оцінювати ситуацію, творчо аналізувати об'єктивні обмеження і суб'єктивні можливості їх подолання, прогнозувати наслідки прийнятих рішень, реально оцінювати можливості підлеглих, як менеджерів, так і виконавців, спиратися на характер управління, що гармонізує із психологічними та особистісними характеристиками керівника. Перспективами подальших досліджень має стати аналіз основних стилів керівництва на вітчизняних підприємствах і класифікація їх за ознаками.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Писаревська Г. І.

Література: 1. Бусел В. Т. Великий тлумачний словник сучасної української мови. Київ : Перун, 2005. 1728 с. 2. Кузьмін О. Є. Динаміка взаємодії керівника з підлеглим та фактори, які впливають на неї. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка»*. 2004. № 5. С. 135–147. 3. Власова Н. Способи формування позитивного духа організації. *Корпоративная культура*. 2006. № 2. С. 24–27. 4. Гольдштейн Г. Я. Основы менеджмента : учебное пособие. Таганрог : Изд-во ТРТУ, 2003. 230 с. 5. Орбан-Лембрик Л. Е. Психология управления : навч. посіб. Київ : Академвидав, 2010. 544 с. 6. Репина Е. А., Чернышев М. А., Анопоченко Т. Ю. Основы менеджмента : учебное пособие. М. : Инфра-М, 2011. 240 с.



ФОРМУВАННЯ Й ЕФЕКТИВНЕ ВИКОРИСТАННЯ ФІНАНСОВИХ РЕСУРСІВ ПІДПРИЄМСТВА

УДК 336.647

Кобильник Ю. В.

Студент 4 курсу
фінансового факультету ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. Визначено сутність фінансових ресурсів підприємства, а також загальні підходи до їх формування й ефективного використання. Проаналізовано підходи до класифікації джерел фінансових ресурсів суб'єктів господарювання. Досліджено особливості формування та використання фінансових ресурсів як основи фінансового забезпечення господарської діяльності підприємства.

Ключові слова: підприємство, організація, фінанси, фінансова стійкість, фінансові ресурси, джерела формування фінансових ресурсів, класифікація фінансових ресурсів.

Аннотация. Определены сущность финансовых ресурсов предприятия, а также общие подходы к их формированию и эффективному использованию. Проанализированы подходы к классификации источников финан-

совых ресурсов субъектов хозяйствования. Исследованы особенности формирования и использования финансовых ресурсов как основы финансового обеспечения хозяйственной деятельности предприятия.

Ключевые слова: предприятие, организация, финансы, финансовая устойчивость, финансовые ресурсы, источники формирования финансовых ресурсов, классификация финансовых ресурсов.

Annotation. The essence of financial resources of the enterprise, as well as General approaches to their formation and effective use are determined. The approaches to the classification of sources of financial resources of business entities are analyzed. Features of formation and use of financial resources as a basis of financial support of economic activity of the enterprise are investigated.

Keywords: enterprise, organization, finance, financial sustainability, financial resources, sources of financial resources, classification of financial resources.

Процеси подолання кризи в Україні позначилися на механізмі забезпечення фінансовими ресурсами підприємств, що зумовило необхідність наукового осмислення й теоретичного обґрунтування цих процесів і шляхів адаптації механізму до сучасних умов господарювання. За таких умов важливим стає застосування сучасних механізмів, принципів, ефективних методів, інструментів управління підприємствами для фінансування необхідного обсягу витрат і забезпечення бажаного рівня доходів.

Дослідженню проблем, що є пов'язаними з формуванням та використанням фінансових ресурсів підприємств, присвятили свої праці Коробов М. Я., Поддєрьогін А. М., Родіонова В. М., Орлов П. І., Петрова К. Я., Василик О. Д., Берест М. М., Меренкова Л. О., Терещенко О. М. та ін.

Метою написання статті є узагальнення й обґрунтування теоретичних підходів до формування та використання фінансових ресурсів підприємства.

У гармонійному функціонуванні підприємств значне місце посідають фінансові ресурси, які відіграють важливу роль у розвитку господарської діяльності, розширенні й оновленні основних фондів, оплаті праці та запровадженні соціальних заходів. На безупинну діяльність підприємства впливає визначення оптимальної потреби у фінансових ресурсах, забезпечення їх структури, джерел формування та обґрунтованих напрямів використання.

Серед науковців, які досліджували категорію «фінансові ресурси», існує чимало точок зору щодо сутності цього поняття. Василик О. Д. стверджує, що фінансові ресурси – це грошові накопичення та доходи, створювані у процесі розподілу і перерозподілу валового внутрішнього продукту й зосереджені у відповідних фондах для забезпечення безперервності розширеного відтворення та задоволення інших суспільних потреб [1]. Коробов М. Я. розглядає фінансові ресурси підприємства як його власні і позичкові грошові фонди цільового призначення, які формуються у процесі розподілу та перерозподілу національного багатства, внутрішнього валового продукту і національного доходу та використовуються у статутних цілях підприємства [2]. Родіонова В. М. вважає, що фінансові ресурси підприємства – це грошові доходи та надходження, які перебувають у розпорядженні суб'єкта господарювання і призначені для виконання фінансових зобов'язань, здійснення затрат із розширеного відтворення й економічного стимулювання працівників [3]. Визначення Зяцьківського І. В. є комплексним узагальненим підсумком усіх попередніх визначень. Він розглядає фінансові ресурси підприємства як сукупність фондів грошових коштів, доходів, відрахувань або надходжень, що перебувають у розпорядженні підприємства [4].

На підставі систематизації й узагальнення творчого доробку різних авторів визначатимемо фінансові ресурси як частину коштів, сформованих під час створення суб'єкта господарювання, які надходять на підприємство за результатами операційної, інвестиційної та фінансової діяльності для реалізації поставлених завдань та виконання зобов'язань.

Фінансові ресурси підприємства:

- мають стадію утворення;
- відображають відношення до власності;
- мають джерела формування та цілі використання;
- мають структуру, що залежить від джерел їх формування та напрямів використання [5].

Фінансові ресурси є одним із фундаментальних понять фінансів підприємств. Вони завжди виступають у грошовій формі, мають розподільний характер і відбивають формування та використання різних видів прибутків і нагромаджень суб'єктів господарської діяльності сфери матеріального виробництва, держави й учасників невинробничої сфери.

Класифікацію фінансових ресурсів подано на рис. 1 [3–6].

За умов зростання ефективності використання фінансових ресурсів можливе функціонування ринкової економічної системи в Україні. Щоб забезпечити ефективне управління цим процесом, на підприємствах має роз-

роблятися спеціальна фінансова політика, спрямована на залучення фінансових ресурсів з різних джерел згідно із потребами розвитку підприємства у майбутньому.

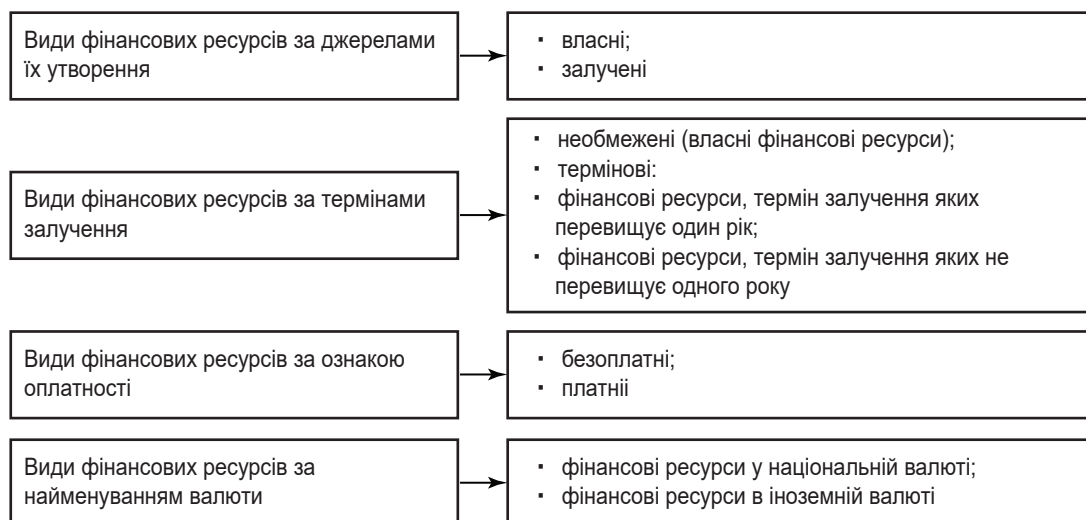


Рис. 1. Класифікація фінансових ресурсів підприємства

Формування фінансових ресурсів є складовою загальної фінансової стратегії підприємства, що полягає у забезпеченні необхідного рівня самофінансування його виробничого розвитку. За таких умов слід розробити цілісну систему принципів управління фінансовими ресурсами підприємства, які б орієнтувалися на нові умови функціонування: забезпечення конкурентної переваги як основної мети розвитку підприємства; оцінку ресурсного потенціалу підприємства як сукупності трудових, матеріальних і фінансових ресурсів, що забезпечують можливість реалізації його цілей; зіставлення фінансового потенціалу з цільовими стратегічними орієнтирами і прийнятним рівнем ризику для забезпечення фінансової безпеки підприємства; системністю управління фінансовими ресурсами та ризиками [2].

Політика формування фінансових ресурсів є складовою загальної фінансової стратегії підприємства, що полягає у забезпеченні необхідного рівня самофінансування його виробничого розвитку. Аналіз ринкових і структурних перетворень у промисловості України дає підстави говорити про необхідність розробки цілісної системи принципів управління фінансовими ресурсами підприємства, які орієнтуються на нові умови функціонування: забезпечення конкурентної переваги як основної мети розвитку підприємства; оцінку ресурсного потенціалу підприємства як сукупності трудових, матеріальних і фінансових ресурсів, що забезпечують можливість реалізації його цілей; зіставлення фінансового потенціалу з цільовими стратегічними орієнтирами і прийнятним рівнем ризику для забезпечення фінансової безпеки підприємства; системністю управління фінансовими ресурсами та ризиками.

За джерелами мобілізації фінансових ресурсів розрізняють зовнішнє та внутрішнє фінансування; за правовим статусом інвесторів – власний капітал і позичковий капітал (рис. 2) [1–6].

Власний капітал представляє загальну вартість коштів підприємства, що належать йому на правах власності й використовуються ним для формування визначеної частини його активів. Ця частина активів, сформована за рахунок інвестованого в них власного капіталу, являє чисті активи підприємства.

Позичений капітал характеризує залучені для фінансування розвитку підприємства на поворотній основі грошові кошти чи інші майнові цінності. Усі використовувані підприємством форми позиченого капіталу є його фінансовими зобов'язаннями, що підлягають погашенню у передбачені терміни.

Під терміном «фінансування» розуміють заходи, спрямовані на покриття потреби підприємства в капіталі, які передбачають мобілізацію фінансових ресурсів (грошових коштів, їх еквівалентів і майнових активів), їх повернення, а також відносини між підприємством та капіталодавцями, які з цього випливають (платіжні відносини, контроль та забезпечення).

На підставі систематизації й узагальнення опрацьованої літератури визначатимемо фінансові ресурси як власний, позиковий та залучений грошовий капітал, використовуваний підприємствами для формування своїх активів і здійснення виробничо-фінансової діяльності задля одержання відповідних доходів і прибутку.

Проблему формування та використання фінансових ресурсів слід розглядати від первинного суб'єкта господарювання до безпосередньо держави. Із урахуванням поточної ситуації можна стверджувати, що для ефективної

не тільки господарської, але і фінансової діяльності підприємства в цілому кожний суб'єкт господарювання має сформувати власну стратегію формування та використання фінансових ресурсів.



Рис. 2. Джерела формування фінансових ресурсів підприємства

Таким чином, якість використання фінансових ресурсів може бути оцінена через ефективність їх використання, при цьому ефективність забезпечується впливом багатьох внутрішніх і зовнішніх факторів: економічних, правових, соціальних та ін. Незважаючи на те, що існують чимало фінансових стратегій і різних підходів до визначення ефективності використання фінансових ресурсів, важливо впровадити систему критеріїв, яка б дала змогу найточніше оцінити ефективність використання наявних фінансових ресурсів на підприємстві, була зрозумілою, аргументованою й урахувала вид економічної діяльності конкретного суб'єкта господарювання.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Полтініна О. П.

Література: 1. Василик О. Д. Теорія фінансів : підручник. Київ : НІОС, 2000. 416 с. 2. Бандурка О. М., Коробов М. Я., Орлов П. І., Петрова К. Я. Фінансова діяльність підприємства : навч. посіб. Київ : Либідь, 2003. 384 с. 3. Родіонова О. М. Основи економіки : підручник. Київ : Зодіак-Еко, 1995. 244 с. 4. Зятковський І. В. Фінанси підприємств : навч. посіб. Київ : Либідь, 2001. 366 с. 5. Хачатурян С. Сутність фінансових ресурсів та їх класифікація. *Фінанси України*. 2003. № 4. С. 77–81. 6. Рясних Є. Г. Основи фінансового менеджменту : навч. посіб. Київ : Скарби, 2003. 238 с.

ОБҐРУНТУВАННЯ НЕОБХІДНОСТІ ПРОВЕДЕННЯ ОЦІНКИ УПРАВЛІНСЬКОГО ПЕРСОНАЛУ НА ПІДПРИЄМСТВАХ УКРАЇНИ

УДК 330.341

Козлова А. О.

Студент 4 курсу
факультету економіки і права ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. Досліджено проблему невідповідності професійних та особистісних якостей управлінського персоналу в Україні вимогам посади та сучасним підходам до управління персоналом у цілому, з'ясовано причини такої тенденції. Обґрунтовано необхідність оцінювання управлінських кадрів на сучасних вітчизняних підприємствах.

Ключові слова: підприємство, організація, виробництво, фінанси, право на працю, зайнятість, колектив, керівництво, персонал, управлінський персонал, управлінські кадри, компетенції, оцінка управлінського персоналу.

Аннотация. Исследована проблема несоответствия профессиональных и личностных качеств управленческого персонала в Украине требованиям должности и современным подходам к управлению персоналом в целом, выяснены причины такой тенденции. Обоснована необходимость оценки управленческих кадров на современных отечественных предприятиях.

Ключевые слова: предприятие, организация, производство, финансы, право на труд, занятость, коллектив, руководство, персонал, управленческий персонал, управленческие кадры, компетенции, оценка управленческого персонала.

Annotation. The problem of discrepancy of professional and personal qualities of management personnel in Ukraine to the requirements of the position and modern approaches to personnel management in general is investigated, the reasons for this trend are clarified. The necessity of evaluating managerial personnel in modern domestic enterprises has been substantiated.

Keywords: enterprise, organization, production, finance, right to work, employment, team, management, personnel, managerial personnel, managerial personnel, competencies, assessment of management personnel.

Змінами у політико-економічному житті країни, а також значним посиленням конкуренції, необхідністю залучення нових технологій, посиленням особистої відповідальності керівників організацій зумовлено різке зростання потреби у сучасному кваліфікованому управлінському персоналі. Нині вирішення проблем і прийняття рішень вимагають від керівників високої культури мислення, що забезпечуватиме самостійне визначення проблем і стратегій їх рішення. Однак, за сучасних умов почастішали випадки невідповідності якостей управлінського персоналу посаді та сучасним підходам до управління персоналом у цілому, а тому необхідність проведення його оцінки є надзвичайно актуальною.

В Україні теоретичні та практичні питання оцінки управлінських кадрів є предметом дослідження Довгань Л. Є., Фрімана Є. М., Назарової Г. В., Лаптева В. І., Корсакова Д. О. Скібіцької Л. І., Жигалова В. Т., Чайки Л. Г., Шимановської Л. М. та ін.

Метою написання статті є узагальнення проблем, що формують невідповідність управлінського персоналу посаді, дослідження причин такої тенденції, а також обґрунтування необхідності проведення оцінки управлінського персоналу на сучасних вітчизняних підприємствах.

Останнім часом дуже швидко змінюються як зовнішні (державна політика у сфері економіки, законодавство), так і внутрішні умови функціонування організації (структурні та технологічні зміни, психологічні фактори). Цим зумовлено потребу сучасної економіки в управлінському персоналі нового типу, який знається на ринкових відносинах, має високий рівень загальної та управлінської культури, наділений стратегічним мисленням, спроможний до динамічних та оперативних дій, що, у свою чергу, вимагає суттєвих перетворень у системі підготовки управлінських кадрів.

Як свідчать спеціально проведені дослідження й дані, що містяться у наукових публікаціях і засобах масової інформації, рівень професіоналізму керівних управлінських кадрів у виробничо-господарській сфері найчастіше є недостатнім, тобто таким, що не відповідає сучасним вимогам. Це є однією з основних причин багатьох недоліків



у функціонуванні народного господарства. Однак, на сьогодні дуже мало українських компаній ставлять підготовку і постійне підвищення кваліфікації управлінського персоналу в ранг пріоритетних завдань. У більшості випадків у цьому питанні підприємства продовжують «жити одним днем», усю увагу зосереджуючи на вирішенні поточних проблем. Недивно, що більшість управлінських кадрів вітчизняних компаній не володіють знаннями щодо сучасних тенденцій управління персоналом на необхідному рівні, отже, не відповідають займаній посаді. Тому одним із найважливіших завдань, як наукових, так і практичних, є оцінка стану професіоналізму управлінського персоналу та пошук шляхів його підвищення [3].

Інтенсифікація праці, зміна сутності більшості видів трудової діяльності, поява нових професій збільшили значення оцінки персоналу і підвищили вимоги до відповідності особистісних якостей чинних керівників організації різного рівня певним критеріям. Однак, нині частішають випадки невідповідності управлінського персоналу вимогам посади. Так, деякі з сучасних управлінців стикаються з проблемою недостатнього рівня володіння лідерськими якостями. Не секрет, що чимало керівників є загальнонавчаними як професійно компетентні організатори, однак, не є популярними в колективі, не мають авторитету серед підлеглих. Інший приклад: керівники вміють швидко вливатися в колектив, завойовувати довіру підлеглих і знаходити індивідуальний підхід до кожного. Однак, рівень їх професійної спроможності швидко приймати управлінські рішення та йти на певний ризик не відповідають вимогам посади.

Лідерські якості доповнюють формально встановлені владні повноваження керівника і підвищують успішність реалізації управлінських функцій. Будучи лідером, керівник має можливість впливати на процеси самоорганізації колективу, зближати індивідуальні та групові інтереси його членів, а також повніше представляти інтереси і потреби співробітників у зовнішніх інстанціях. Відсутність у керівника лідерських якостей демотиваційно впливає на співробітників, негативно відбивається на стані морально-психологічного клімату в колективі й ефективності спільної діяльності його членів [4].

Іншою проблемою сучасних керівників, що ставить під питання його професійну відповідність, є відсутність комунікативної компетенції. Через те, що в ринковому середовищі процеси співпраці та суперництва реалізуються за допомогою комунікацій, менеджер, який намагається мінімізувати бізнес-комунікації у своїй діяльності, ставить під удар конкурентоспроможність своєї компанії [6].

Проблеми невідповідності управлінських кадрів вимогам сучасності є зумовленими високою динамікою зовнішнього середовища, прискоренням темпів технологічних змін у промисловості, інтеграцією України у світову економіку, фінансовою кризою та іншими складними соціально-економічними процесами, пов'язаними із переходом від індустріального суспільства до інформаційного.

Іншою причиною такої ситуації може бути той факт, що і донині відсутні науково обґрунтовані вимоги до керівників, які враховують особливості сучасного етапу розвитку України; не розроблено систему показників, критеріїв і процедур оцінки професійних та особистісних якостей, управлінської компетентності та ефективності діяльності керівників. Незважаючи на значний обсяг рекомендацій щодо розвитку менеджера та реорганізації бізнесу, питання, що є пов'язаними з розкриттям сутності та закономірностей процесу розвитку управлінських здібностей, механізму переведення управлінського професіоналізму з потенційної форми на актуальну, залишаються недостатньо вивченими [5].

Більшість навчальних посібників щодо управління персоналом, використовуваних сучасними підприємствами, залишилися ще з радянських часів. Але тоді керівнику була відведена інша роль, яка не вписується в сучасні рамки ринкової економіки та напрямки розвитку управління персоналом. Як наслідок, оцінка роботи керівників здійснюється на різних підприємствах за методиками, які охоплюють лише деякі аспекти управлінської діяльності. Цим спричинено те, що оцінка одних і тих самих керівників на різних підприємствах може бути неоднаковою, що зумовлює невідповідність управлінського персоналу посаді. Далеко не всі існуючі на сьогодні методи оцінки управлінського персоналу відповідають вимогам.

Фахівці у галузі оцінки персоналу давно дійшли висновку, що за застосування лише одного певного методу оцінки не можна отримати достовірну інформацію про ефективність діяльності керівників та управлінський потенціал організації в цілому [6].

Зауважимо, що процедури відбору управлінського персоналу й оцінки професійних компетенцій проводяться без детального аналізу можливостей і спроможностей кандидатів. Традиційні методи оцінки управлінського персоналу при відборі не дають змоги прогнозувати ступінь ефективності управлінської діяльності претендентів на посаду керівника, а результати навчання й розвитку кандидатів на керівну посаду далеко не завжди дають бажаний результат. Основною причиною такого стану справ може бути невідповідність використовуваного для вирішення цих завдань інструментарію, необхідного на сьогоднішній день, цілям і задачам розвитку організації. Суб'єктивна оцінка кандидата на керівну посаду, що спирається передусім на життєвий досвід та інтуїцію, є також поширеним явищем сучасності, але все частіше дає збої.

Причини формування невідповідності управлінських кадрів вимогам сучасності систематизовано й схематично подано на рис. 1 [4–8].



Рис. 1. Причини формування проблем невідповідності управлінських кадрів вимогам сучасності

Таким чином, на підставі проведеного дослідження уточнено проблеми, що формують невідповідність управлінського персоналу посаді. Досліджено й систематизовано можливі причини такої тенденції, виявлено необхідність розробки технології комплексної оцінки управлінського персоналу, що дозволить об'єктивно та всеохоплююче оцінити якості управлінських кадрів підприємства на відповідність вимогам сучасності та, як наслідок, сприяти підвищенню ефективності функціонування підприємства в цілому. У ході подальших наукових досліджень це дасть змогу розробити дієву технологію проведення комплексної оцінки управлінського персоналу на сучасних вітчизняних підприємствах.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Доровської О. Ф.

Література: 1. Довгань Л. Є. Праця керівника, або практичний менеджмент : навч. посіб. Київ : ЕксОб, 2002, 384 с. 2. Жигалов В. Т., Шимановська Л. М. Основи менеджменту та управлінської діяльності : навч. посіб. Київ : Вища школа, 2010. 224 с. 3. Назарова Г. В., Лаптев В. І., Корсаков Д. О. Оцінка конкурентоспроможності системи управління персоналом підприємства : монографія. Харків : ХНЕУ, 2014. 188 с. 4. Семенча І. Є. Модель кількісної оцінки рівня індивідуальної компетентності керівника // Сучасні проблеми гуманізації та гармонізації управління : матеріали II Міжнародної міждисциплінарної науково-практичної конференції. Харків, Українська асоціація «Жінки в науці та освіті», Харківський національний університет ім. В. Н. Каразіна, 2001. С. 93–94. 5. Скібіцька Л. І. Лідерство та стиль роботи менеджера : навч. посіб. Київ : Центр навч. літ., 2009. 192 с. 6. Кибанов А. Я. Управление персоналом организации : учебник / под общ. ред. А. Я. Кибанова. М. : Экзамен, 2006. 352 с. 7. Фріман Є. М. Інтегральна оцінка управлінського персоналу для прийняття кадрових рішень на промисловому підприємстві : автореф. дис. ... канд. екон. наук : 08.00.04. Харків, 2008. 20 с. 8. Чайка Г. Л. Культура ділового спілкування менеджера : навч. посіб. Київ : Знання, 2005. 442 с.

ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ

УДК 339.137.2

Косюга А. В.

Магістрант 1 року навчання
факультету менеджменту і маркетингу ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. Розглянуто теоретичні основи формування конкурентних переваг підприємства. Проаналізовано фактори, що сприяють забезпеченню конкурентних переваг суб'єкта господарювання. Досліджено три типи застосовуваних стратегій створення конкурентних переваг підприємства.

Ключові слова: підприємство, організація, виробництво, суб'єкт господарювання, фінанси, конкуренти, конкуренція, конкурентоспроможність, ресурси, стратегія, конкурентні переваги.

Аннотация. Рассмотрены теоретические основы формирования конкурентных преимуществ предприятия. Проанализированы факторы, способствующие обеспечению конкурентных преимуществ предприятия. Исследованы три типа применяемых стратегий создания конкурентных преимуществ предприятия.

Ключевые слова: предприятие, организация, производство, субъект хозяйствования, финансы, конкуренты, конкуренция, конкурентоспособность, ресурсы, стратегия, конкурентные преимущества.

Annotation. The theoretical foundations of the formation of competitive advantages of the enterprise are considered. Analyzed the factors contributing to ensuring the competitive advantages of the enterprise. Three types of applied strategies for creating competitive advantages of the enterprise are investigated.

Keywords: enterprise, organization, production, business entity, finance, competitors, competition, competitiveness, resources, strategy, competitive advantages.

За сучасних економічних умов посилення конкурентної боротьби супроводжується появою великої кількості конкуруючих підприємств як на внутрішніх, так і на зовнішніх ринках, зростанням вимог ринку, що змушує підприємства постійно розвиватися, шукати дієві варіанти зміцнення конкурентної позиції та створення нових конкурентних переваг.

Дослідженням особливостей формування конкурентних переваг займалися Кейнс Д., Сміт А., Котлер Ф., Портер М., Макконелл К., Стоунхаус Д., Найт Ф., Робінсон Д., Корецький Х., Фатхутдинов Р., Кривенко М., Теслюк Н., Дацій О., Дегтяр А. та ін. Однак, на сьогодні питання формування конкурентних переваг є досить актуальним і потребує уваги науковців.

Метою написання статті є обґрунтування теоретичних аспектів формування конкурентних переваг підприємства за сучасних умов.

Конкурентні переваги є проявом переваги над конкурентами в економічній, технічній, виробничій, організаційній сферах діяльності підприємства, яку можна виміряти економічними показниками, тобто такі переваги мають порівняльний, а не абсолютний характер [4]. У загальному вигляді ці переваги можна визначити як систематичне здобуття підприємством вищого показника прибутку та частки на ринку порівняно з іншими учасниками. Конкурентні переваги підприємства мають не лише підтримувати високий рівень прибутковості, але і забезпечувати її систематичність, оскільки вони можуть бути оцінені лише шляхом порівняння основних напрямів діяльності підприємства з його конкурентами.

Сутність конкурентних переваг здебільшого виявляється через такі характеристики:

- здатність підприємства ефективно розподіляти ресурси, досягаючи стійкішого і тривалішого положення на ринку, ніж конкуренти;
- сукупність властивостей, ресурсів, цінностей, якими володіє підприємство і які забезпечують йому перевагу над конкурентами;
- ефективніше управління процесами формування й розвитку якісних і кількісних властивостей продукту, що мають цінність для споживача, ніж у конкурентів [4].

Фатхутдинов Р. конкурентні переваги за формами виникнення та прояву розподіляє на зовнішні, що характеризують ринкову перевагу підприємства у задоволенні потреб споживача, і внутрішні, що є заснованими на функціональних сферах діяльності підприємства. Як зовнішні конкурентні переваги автор розглядає імідж підприємства на ринку, особливості сервісного обслуговування споживачів, співвідношення ціни та якості продук-



ції, сприймання споживачами інновацій підприємства. Внутрішніми конкурентними перевагами є особливості організаційно-управлінського потенціалу, виробнича, маркетингова, фінансова, інвестиційна та інноваційна діяльність [5].

Розглянемо найголовніші джерела конкурентних переваг, що можуть змінити розклад конкурентних сил, як їх виділяє Кривенко М.

1. Нові технології. Зміна технології може створити можливості для розробки товару, нових способів маркетингу, виробництва або доставки й поліпшення супутніх послуг.

2. Нові чи змінені потреби споживачів. Часто конкурентна перевага виникає або переходить з рук до рук, якщо у споживачів виникають зовсім нові запити або їх бачення ідеального товару різко змінюється.

3. Зміна вартості або доступності ресурсів. Конкурентна перевага часто переходить від одного гравця до іншого через зміну абсолютної або відносної вартості компонентів виробництва. Гнучкий менеджмент домагається такої переваги, пристосовуючись до нових умов, у той час як конкуренти зв'язані капіталовкладеннями і тактикою, пристосованими до старих умов.

4. Поява нових сегментів. Ще одна можливість одержання конкурентної переваги з'являється, якщо утворюється зовсім новий сегмент галузі або відбувається перегрупування існуючих сегментів.

5. Зміни у законодавчому регулюванні. Зміна політики уряду у таких сферах, як стандарти, охорона довкілля, вимоги до нових галузей і торговельні обмеження є ще одним поширеним стимулом для новацій. Існуючі лідери ринку пристосувалися до певних правил гри, і коли ці правила раптом змінюються, вони можуть виявитися не в змозі відповісти на ці зміни [1].

За Портером М. конкурентна перевага визначається:

– великою кількістю природних ресурсів (близькою відстанню до джерел сировини та матеріалів і до ринків збуту);

– наявністю робочої сили;

– відмінностями у системах управління;

– протекціоністською політикою держави щодо вітчизняних фірм [3].

На думку Портера М., на основі залежності між часткою ринку і доходністю інвестицій існує два найважливіших фактори формування та реалізації конкурентних переваг: рівень витрат та унікальність продукції, що сприймається споживачем [3].

Створення конкурентних переваг на підприємстві має відбуватися на довгострокову перспективу. Для цього, виходячи з корпоративної стратегії як головної стратегії підприємства, має бути обрана певна конкурентна стратегія.

Існують кілька типів стратегій створення конкурентних переваг.

1. Стратегія лідерства за витратами, або ціни. За цієї стратегії центром уваги підприємства при розробці та виробництві продукту є витрати. Стратегія спрямована на становлення нижчого за середній рівня цін на ринку, зниження витрат виробництва продукції порівняно з конкурентами. Ця стратегія дає змогу створити захист проти сил конкуренції (товари-замінники, нові та діючі конкуренти, посередники і постачальники) [2].

2. Стратегія диференціації. Сутність цієї стратегії полягає в тому, що фірма намагається надати продукту щось відмінне, що може сподобатися споживачеві і за що споживач готовий платити. Стратегія диференціації є спрямованою на те, щоб зробити продукт не таким, яким його роблять конкуренти. Щоб досягти цього, фірмі доводиться виходити за межі функціональних властивостей продукту. Таку стратегію використовують у тих випадках, коли підприємство досягло певної унікальності товару і завдяки цьому захопило більшу частку ринку. Вона є спрямованою на встановлення ринкових відносин, за яких на ринок постачатимуться товари, що матимуть відмінні властивості для споживача і відрізнятимуться від товарів-конкурентів [2].

3. Стратегія спеціалізації, або фокусування – конкурентна стратегія, дотримуючись якої підприємство концентрує свої зусилля на виробництві продуктів, орієнтованих на вузьке коло споживачів. Поширена в бізнесі індивідуальних підприємців, які здебільшого не мають достатніх інвестиційних ресурсів для забезпечення охоплення певного ринку в цілому. Виробничою характеристикою фірм, які застосовують стратегію фокусування, є девіз «Зроблене саме для тебе» [2].

Таким чином, за сучасних умов важливим є формування та збереження у довгостроковій перспективі конкурентних переваг підприємства, розробка конкурентної стратегії. Для цього підприємству необхідно враховувати вплив факторів та використовувати різні джерела конкурентних переваг. Подальші дослідження мають бути спрямовані на розробку механізму реалізації конкурентної стратегії підприємства та можливості забезпечення стійких конкурентних переваг.



Література: 1. Кривенко М. Стратегія формування конкурентних переваг підприємства. *Вісник Київського національного університету ім. Т. Шевченка*. 2008. № 99. С. 44-48. 2. Корецький М. Х., Дацій О. І., Дегтяр А. О. Стратегічне управління : навч. посіб. Київ : Центр навч. літ., 2007. 240 с. 3. Портер М. Конкурентная стратегия. Методика анализа отраслей и конкурентов / пер. с англ. М. : Альпина Бизнес Букс, 2005. 454 с. 4. Теслюк Н. П. Стратегії підприємства щодо досягнення конкурентних переваг. *Економіка. Фінанси. Право*. 2005. С. 17–20. 5. Фатхутдинов Р. А. Конкурентоспособность: экономика, стратегия, управление. М. : Инфра-М, 2000. 312 с.



ПРОБЛЕМАТИКА Й УДОСКОНАЛЕННЯ ТРАНСПОРТНО-ЕКСПЕДИТОРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ НА ПІДПРИЄМСТВІ

УДК 005

Кочкарьова М. С.

Студент 4 курсу
факультету менеджменту і маркетингу ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. Досліджено проблематику та напрями вдосконалення транспортно-експедиторської діяльності на підприємстві. Конкретизовано принципи оптимізації транспортно-експедиторської діяльності, яких слід дотримуватися у логістичному процесі на макро- та мікрорівнях.

Ключові слова: економіка, підприємство, організація, транспорт, транспортна діяльність, логістика, логістичний процес, транспортно-експедиторська діяльність.

Аннотация. Проанализирована сущность понятий «производительность» и «производительность труда». Конкретизированы направления повышения производительности труда.

Ключевые слова: экономика, предприятие, организация, транспорт, транспортная деятельность, логистика, логистический процесс, транспортно-экспедиторская деятельность.

Annotation. The problematic and directions of improvement of transport-forwarding activity at the enterprise are investigated. Concretized the principles of optimization of freight forwarding activities, which should be followed in the logistics process at the micro and macro levels.

Keywords: economy, enterprise, organization, transport, transport activity, logistics, logistic process, transport-forwarding activity.

Сучасний ринок транспортно-логістичних послуг активно розвивається. Формування транспортно-логістичних систем сприяє поєднанню функціональних і забезпечувальних підсистем, інтеграції постачання, виробництва та збуту, прискоренню руху матеріальних потоків, зменшенню логістичних витрат. Отже, розвиток транспортно-логістичного бізнесу в Україні є однією з найважливіших задач сьогодення.

Метою написання статті є аналіз найактуальніших проблем і розробка шляхів підвищення конкурентоспроможності транспортно-експедиторських компаній на ринку транспортних послуг.

Дослідженням проблематики та шляхів удосконалення транспортно-експедиторської діяльності на підприємстві займалися Цветов Ю. М., Устенко М. О., Миколаєва Л. Л., Білий Д. А., Фролова Л. В., Шкоро О. Н., Зеркалов Д. В., Левшин А. Г. та ін.



На сьогодні вітчизняний ринок експедиторських послуг формується стихійно. Він характеризується великою кількістю експедиторських організацій, що не забезпечують надання якісних послуг, наявністю чималої кількості організацій, що надають лише одну послугу, а також істотними розбіжностями вартості однорідних послуг. Як наслідок, збільшуються терміни перевезень, завищується вартість транспортних послуг.

Вибірковий аналіз засвідчує, що при міжнародних автоперевезеннях непродуктивні простой становлять 40–70 % часу обігу автопоїзда, у обігу залізничних вагонів питома вага їх безпосереднього руху не перевищує 10–15 % [2].

Однією з основних причин цього є затримки в пунктах пропуску вантажів через кордон. Простой на прикордонних переходах нерідко перевищують терміни транспортування вантажів через всю Україну.

Недосконалість системи доставки вантажів, наявність неохоплених єдиною технологією різних ланок транспортного процесу спричиняють зростання витрат на доставку вантажів. Негативно відбивається на загальному рівні агентського та експедиторського бізнесу в нашій державі і скасування ліцензування агентської та експедиторської діяльності. Через це на ринку діють чимало непрофесійних фірм, оскільки ліцензування передбачає перевірку діяльності транспортно-експедиторської компанії на предмет відповідності визначеному рівню професійної підготовки, а також рівню безпеки застосовуваної техніки та технології. Такий стан справ ніяк не сприяє підвищенню конкурентоспроможності транспортно-експедиторських послуг [3].

Недостатня якість послуг багатьох національних експедиторських компаній, відсутність належних гарантій своєчасної та якісної доставки вантажів призвели до того, що більшість вантажовласників змушені були змінити умови постачань. За таких умов власниками вантажу для транспортних компаній є вже зарубіжні, а не вітчизняні покупці та продавці. Це поставило у скрутне становище українських перевізників, оскільки зарубіжні експедитори віддають перевагу зарубіжним перевізникам.

Стосовно транспортно-експедиторських підприємств державний вплив має виявлятися у регулюванні питань ліцензування цього виду діяльності. Ліцензування повинно запроваджуватися не як стаття доходів для держави, а для регулювання й контролю діяльності в певному секторі, стати фільтром для відсіювання фірм-одноденок. Наявність довгострокової ліцензії у агента чи експедитора засвідчуватиме його надійність, стане додатковим сприятливим фактором у конкурентній боротьбі. Ураховуючи сучасні світові тенденції, вступ України до Всесвітньої торгової організації, можливо, ліцензування слід замінити на добровільну сертифікацію [3].

Запровадження ліцензування або сертифікації транспортно-експедиторських послуг підвищить рівень безпеки на транспорті в цілому, а стосовно одного підприємства – позитивно вплине на рівень його конкурентоспроможності.

Проведені дослідження дають підстави стверджувати, що розбудова транспортно-експедиторської діяльності в логістичних операціях України є особливим пріоритетом на шляху її інтеграції у світову економічну систему. Без розв'язання задач оптимізації взаємодії всіх ланок транспортного процесу, які беруть участь у просуванні товарів на ринку транспортних послуг, неможливо сподіватися на успішне реформування економіки держави в цілому.

Однак, на сучасному етапі спостерігається висока зацікавленість у розширенні транспортно-логістичних послуг як із боку споживачів, так і з боку логістичних операторів.

Факторами впливу на стратегію логістики в Україні є:

– зростання витрат на всі види перевезень надзвичайно швидкими темпами (зокрема, зростання цін на нафту й інші енергетичні ресурси);

– зміна орієнтації на логістичному ринку: від ринку послуг до ринку споживача, унаслідок чого системи обслуговування та виробництва значно підвищили свою ефективність; щоб просування послуг на ринку давало очікувані результати, стало необхідним організувати діяльність щодо зниження цін на послуги та поставку їх належної якості та в зазначені терміни;

– розпочали стрімко розвиватися комп'ютерні технології, що сприяє застосуванню новітніх технологій у транспортно-логістичній діяльності: тепер може проводитися обробка великих масивів інформації, обмін даними в реальному часі із мінімальними витратами [3; 4].

Для прискорення розвитку ринку логістики в Україні слід визначити фактори негативного впливу на транспортно-логістичну діяльність:

– сучасний державний підхід, що має вирішувати проблеми логістики, не здатний належним чином контролювати логістичний ринок; це виявляється у відсутності відповідної правової бази, фахівців, центрів їх підготовки;

– різноманітні інновації гальмуються світовою економічною кризою, невирішеністю питань приватної власності, зменшенням обсягів виробництва товарів і послуг, інфляцією;

– відсутність сформованого комплексного обліку логістичних витрат; існуюча система бухгалтерського обліку, практичні методики внутрішньовиробничого господарського розрахунку поки не надають можливості повністю оцінювати витрати й результати логістичної діяльності;



– логістичний підхід вимагає здійснення кардинальних змін у структурі підприємства, переходу до більш гнучких організаційних структур, створення спеціалізованих цехів і служб транспортно-складського господарства;

– недостатній рівень професіоналізму кадрів і численні недоліки підготовки працівників у галузі логістики негативно впливають на формування логістичного ринку в Україні [5].

За умов переходу України до ринкової моделі економіки у підприємств з'явилася можливість самостійно планувати основні напрямки й умови своєї діяльності, визначати організаційні форми управління, обирати вид господарської діяльності, розпоряджатися трудовими, матеріальними, фінансовими й інформаційними ресурсами, обирати ділових партнерів.

У зв'язку із нестабільністю економіки сучасної України рішенням логістичних проблем необхідно займатися на всіх рівнях управління логістичними потоками. Особливу увагу важливо приділити самому підприємству як мікрологістичній системі, оскільки саме на рівні підприємства відчувається загострення логістичних проблем.

Слід звернути на те, що Україна відіграє важливу роль у забезпеченні міжнародного транзиту. Перспективним сегментом ринку транспортно-логістичних послуг для України може стати ринок термінової доставки (just in time delivery).

Прискорення розвитку транспортно-логістичного бізнесу може бути забезпечене за рахунок:

- оновлення матеріально-технічної бази транспорту;
- посилення інформатизації;
- якісного поліпшення транспортно-логістичної інфраструктури України;
- розширення внутрішнього ринку транспортно-логістичних послуг;
- підвищення ефективності транспортних перевезень;
- будівництва транспортно-логістичної та митної інфраструктури;
- удосконалення митно-тарифної та інвестиційної політики;
- узгодженої взаємодії всіх учасників ланцюгів постачань вантажів;
- розробки та реалізації спільних міждержавних програм розвитку транспортно-логістичних систем [6].

Ці заходи сприятимуть прискоренню доставки вантажів, підвищенню конкурентоспроможності маршрутів транзитних перевезень, покращенню інвестиційного клімату, а також розширенню діяльності компаній, що надають комплексні логістичні послуги.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Сігаєва Т. Є.

Література: 1. Миротин Л. Б. Транспортная логистика : учебник / под ред. Л. Б. Миротина. М. : Экзамен, 2002. 512 с. 2. Устенко М. О. Основні проблеми транспортної логістики. *Проблеми транспортного комплексу України*. 2010. № 29. С. 236–241. 3. Григорак М. Ю., Коцюба В. В. Анализ рынка логистических услуг в Украине. *Логистика: проблемы и решения*. 2006. № 2. С. 21–29. 4. Николаева Л. Л., Токмакова І. В. Проблеми і перспективи розвитку транспортної логістики в умовах глобалізації економічного простору. *Вісник економіки транспорту і промисловості*. 2011. № 3. С. 274– 279. 5. Коскина Ю. А. Экспедиторская деятельность как разновидность посредничества при приобретении транспортных услуг. *Современное социокультурное пространство*. 2007. № 11. С. 22–28. 6. Цветов Ю. М. Основы организации транспортного обеспечения внешнеэкономических связей Украины. Киев : ИКТП-Центр, 2000. 582 с.



МЕТОДИ АНАЛІЗУ ФІНАНСОВОГО СТАНУ ПІДПРИЄМСТВА

УДК 658.14

Кошляк О. В.

Студент 4 курсу
фінансового факультету ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. Досліджено сутність аналізу фінансового стану підприємства за сучасних умов господарювання, обґрунтовано необхідність його проведення. Розглянуто основні методи аналізу фінансового стану. Визначено особливості застосування кожного з методів аналізу із урахуванням специфіки діяльності підприємства.

Ключові слова: підприємство, організація, виробництво, суб'єкт господарювання, фінанси, фінансовий стан, фінансова стійкість, платоспроможність, ліквідність.

Аннотация. Исследована сущность анализа финансового состояния предприятия в современных условиях хозяйствования, обоснована необходимость его проведения. Рассмотрены основные методы анализа финансового состояния. Определены особенности применения каждого из методов анализа с учетом специфики деятельности предприятия.

Ключевые слова: предприятие, организация, производство, субъект хозяйствования, финансы, финансовое состояние, финансовая устойчивость, платежеспособность, ликвидность.

Annotation. The essence of the analysis of the financial condition of the enterprise in modern economic conditions is investigated, the necessity of its implementation is substantiated. The main methods of financial analysis are considered. The features of the application of each of the methods of analysis are determined taking into account the specifics of the enterprise.

Keywords: enterprise, organization, production, business entity, finance, financial condition, financial stability, solvency, liquidity.

За умов конкуренції на ринку підприємства зазнають значних фінансових труднощів через неправильний перерозподіл коштів і джерел їх утворення. Для розв'язання цього питання важливе значення має аналіз фінансового стану підприємства.

Дослідженням питань аналізу фінансового стану підприємства займалися і займаються Азарова А. О., Захарченко В. О., Бень Т. Г., Савицька Г. В. та ін. Автори розглядають сутність поняття фінансової стійкості підприємства, а також аспекти аналізу фінансового стану. Однак, урахуовуючи особливості ринку, розроблені на сьогодні методики потребують у певних аспектах удосконалення.

Метою написання статті є розкриття сутності та дослідження методів аналізу фінансового стану підприємства.

За умов динамічно змінюваного ринкового середовища зростає роль своєчасного й якісного аналізу фінансового стану підприємства, оцінки його ліквідності, платоспроможності, фінансової стійкості та пошуку шляхів підвищення і зміцнення фінансової стабільності, оздоровлення підприємства та виходу з кризового стану.

Фінансовий стан підприємства залежить від результатів його виробничої, комерційної та фінансової діяльності, чому сприяють безперебійний випуск і реалізація високоякісної продукції. Нераціональне використання фінансових ресурсів призводить до низької платоспроможності і, як наслідок, уможливорює перебої у постачанні виробництва та реалізації продукції, невиконання плану прибутку від операційної діяльності, збільшення відсотків за банківський кредит [4].

У практиці роботи підприємств трапляються випадки, коли і підприємство з налагодженим процесом виробництва має фінансові труднощі, що є пов'язаними з недостатньо раціональним розміщенням і використанням фінансових ресурсів.

Фінансова діяльність має бути спрямована на забезпечення систематичного надходження й ефективного використання фінансових ресурсів, дотримання розрахункової та кредитної дисципліни, досягнення раціонального співвідношення власних і залучених коштів, фінансової стійкості задля ефективного функціонування підприємства.

Для забезпечення фінансової стабільності підприємства виокремимо методи оцінки його фінансового стану, серед яких коефіцієнтний, комплексний, інтегральний і беззбитковий [5].

У світовій практиці широко застосовуваним є коефіцієнтний метод, що базується на розрахунку системи показників, які відображають різні аспекти діяльності підприємства і враховують вплив факторів внутрішнього й зовнішнього середовища на фінансовий стан підприємства; цей метод має безліч модифікацій (рис. 1) [4].

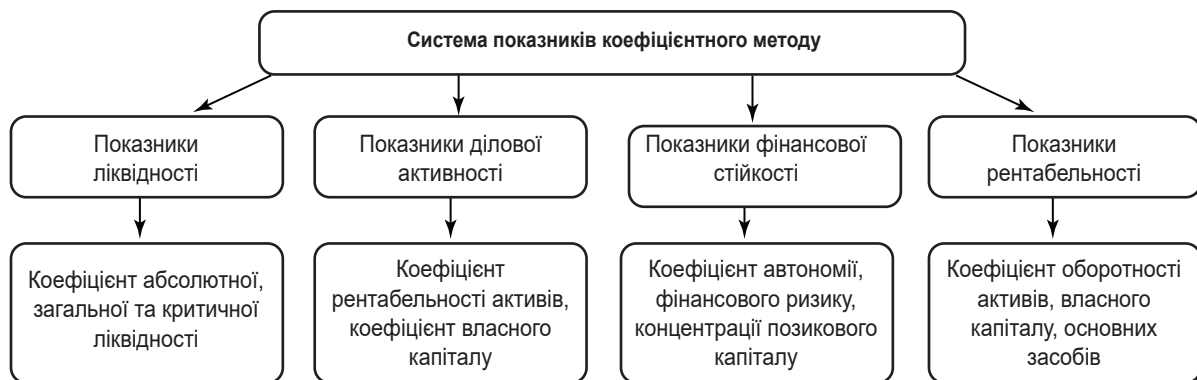


Рис. 1. Система показників оцінки фінансового стану підприємства за коефіцієнтним методом

При оцінці фінансового стану підприємства таким методом використовують дані про всю сукупну діяльність підприємства або певну групу, розширюючи склад коефіцієнтів (від трьох до десяти). При цьому зростає трудомісткість методу, ускладнюється процес формування висновків про фінансовий стан підприємства. Істотним недоліком цього методу є відсутність нормативних значень більшості використовуваних коефіцієнтів, а також те, що зміни величин коефіцієнтів у динаміці не можуть бути інтерпретовані належним чином, оскільки і чисельник, і знаменник будь-якого коефіцієнта змінюються в часі [4].

При комплексній оцінці фінансового стану підприємства найзагальніші показники його діяльності аналізують у динаміці та групують за двома напрямками. До першого напрямку залучають показники і фактори позитивного фінансового стану: стійку платоспроможність, ефективне використання капіталу, своєчасну організацію розрахунків і наявність стабільних фінансових ресурсів. До другого напрямку залучають показники незадовільного фінансового стану: відсутність власних оборотних коштів, неефективне розміщення ресурсів, наявність стійкої заборгованості з платежів, негативні тенденції у виробництві. До загальних показників комплексної оцінки фінансового стану підприємства належать показники доходності (абсолютна величина прибутку чи доходу) і рентабельності (відсоткове відношення прибутку від реалізації продукції до її собівартості або товарообігу) [3].

Комплексний метод дає змогу виявити проблемні напрямки у діяльності підприємства і дослідити причини, що їх зумовили. Однак, на його підставі дуже складно дійти обґрунтованих висновків щодо фінансового стану підприємства в цілому. Він є дуже трудомістким, цьому методу властиві всі недоліки коефіцієнтного методу, що обмежує можливості його використання на практиці, особливо якщо необхідною є оперативна оцінка фінансового стану підприємства [5].

Методика інтегральної оцінки фінансового стану підприємства передбачає розрахунок інтегрального показника на базі узагальнюючих показників за рівнем платоспроможності, фінансової незалежності, якості активів підприємства. Показники, використовувані для розрахунку інтегрального показника фінансового стану підприємства, подано на рис. 2 [3].

Перевагами методу є можливість доповнення будь-якої кількості аналітичних напрямків і коефіцієнтів оцінки фінансового стану підприємства за потреби їх залучення до інтегрального показника. Водночас цьому методу притаманна неузгодженість понять ліквідності та платоспроможності. Оскільки він базується на розрахунку коефіцієнтів, також є трудомістким, йому притаманні всі недоліки коефіцієнтного методу [1].

Фінансова діяльність підприємства має бути спрямована на забезпечення систематичного надходження та ефективного використання фінансових ресурсів, дотримання розрахункової і кредитної дисципліни, досягнення раціонального співвідношення власних і залучених коштів, фінансової стійкості задля ефективного функціонування підприємства. Саме цим зумовлено необхідність і практичну значущість систематичної оцінки фінансового стану підприємства, якій належить суттєва роль у забезпеченні його стабільного фінансового стану.

Для аналізу фінансового стану підприємства також використовують і мультиплікатори, які розподіляють на два типи: стандартні, що є застосовуваними повсюдно, і суб'єктивні, визначувані для конкретного підприємства. До стандартних мультиплікаторів належать широко відома модель Дюпона, використовувана для оцінки економічного зростання компанії. Основна складність застосування цієї моделі є пов'язаною з необхідністю ведення бухгалтерської звітності за міжнародними стандартами. Інший відомий стандартний мультиплікатор – оцінка ймовірності настання банкрутства підприємства за методом Альтмана, який можна застосовувати для загальної

оцінки тенденцій розвитку підприємства. Цей показник заснований на розрахунку суми п'яти фінансових коефіцієнтів: рентабельності та оборотності активів, заборгованості та реінвестування прибутку в активи, частки власних оборотних коштів у активах, кожний із яких має певну вагу. Суб'єктивні мультиплікатори дають змогу врахувати специфічні характеристики, які не враховують стандартні методи аналізу та діагностики фінансового стану підприємства [3].

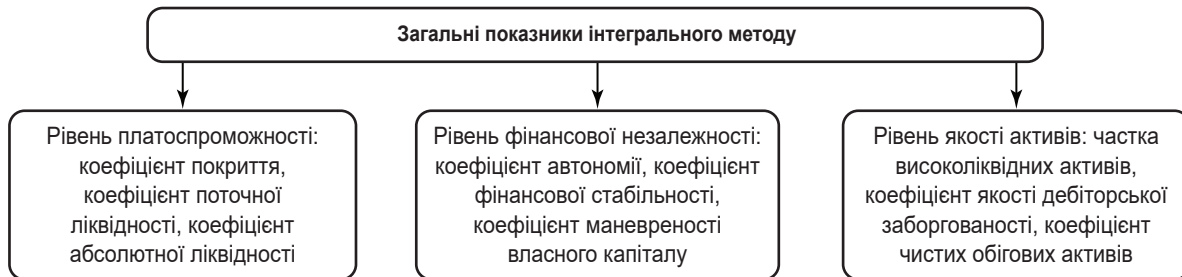


Рис. 2. Узагальнюючі показники інтегрального методу аналізу фінансового стану підприємства

Таким чином, фінансовий стан підприємства є комплексним поняттям, результатом взаємодії всіх елементів системи фінансових відносин підприємства, визначуваним сукупністю виробничо-господарських факторів. Його характеризує система показників, що відображають наявність, розміщення і використання фінансових ресурсів. Саме цим зумовлено необхідність і практичну значущість систематичної оцінки фінансового стану підприємства, якій належить суттєва роль у забезпеченні стабільності його діяльності.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Кіна М. О.

Література: 1. Азарова А. О., Рузакова О. В. Математичні моделі та методи оцінювання фінансового стану підприємства : монографія. Вінниця : ВНТУ, 2010. 172 с. 2. Бень Т. Г., Довбня С. Б. Інтегральна оцінка фінансового стану підприємства. *Фінанси України*. 2002. № 6. С. 53–60. 3. Захарченко В. О. Систематизація методів оцінки фінансового стану підприємства. *Фінанси України*. 2005. № 1. С. 137–144. 4. Савицька Г. В. Економічний аналіз діяльності підприємства : навч. посіб. Київ : Знання, 2005. 662 с. 5. Поддєрьогін А. М., Білик М. Д., Буряк Л. Д. Фінанси підприємств : підручник / за ред. А. М. Поддєрьогіна. Київ : ХНЕУ, 2008. 552 с.

ОЦІНЮВАННЯ ФІНАНСОВОЇ СТІЙКОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

УДК 658.14

Кошляк О. В.

Студент 4 курсу
фінансового факультету ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. Досліджено основні підходи до оцінки фінансової стійкості підприємства. Із застосуванням коефіцієнтного підходу оцінено та проаналізовано фінансову стійкість ТОВ «Укразгрозапчастина». Із застосуванням моделі Альтмана діагностовано ймовірність банкрутства підприємства. Запропоновано напрями підвищення рівня фінансової стійкості ТОВ «Укразгрозапчастина».

Ключові слова: підприємство, організація, виробництво, суб'єкт господарювання, фінанси, фінансовий стан, фінансова стійкість, платоспроможність, коефіцієнтний підхід, інтегральний підхід, модель Альтмана, банкрутство.



Анотація. Исследованы основные подходы к оценке финансовой устойчивости предприятия. С применением коэффициентного подхода оценена и проанализирована финансовая устойчивость ООО «Укразгрозапчасть». С применением модели Альтмана диагностирована вероятность банкротства предприятия. Предложены направления повышения уровня финансовой устойчивости ООО «Укразгрозапчасть».

Ключевые слова: предприятие, организация, производство, субъект хозяйствования, финансы, финансовое состояние, финансовая устойчивость, платежеспособность, коэффициентный подход, интегральный подход, модель Альтмана, банкротство.

Annotation. The main approaches to assessing the financial sustainability of the enterprise are investigated. Using the coefficient approach, the financial sustainability of Ukragrozapchast LLC was evaluated and analyzed. Using the Altman model, the probability of bankruptcy of the enterprise was diagnosed. Suggested ways to improve the level of financial stability of Ukragrozapchast LLC.

Keywords: enterprise, organization, production, business entity, finance, financial condition, financial stability, solvency, coefficient approach, integral approach, Altman model, bankruptcy.

За умов ринку успішне функціонування підприємства значною мірою залежить від рівня стійкості його фінансового стану. Якщо підприємство є фінансово стійким, воно має низку переваг перед іншими підприємствами того самого профілю щодо отримання кредитів, залучення інвестицій, вибору контрагентів і підбору кваліфікованого персоналу.

Дослідженням різних аспектів фінансової стійкості підприємства займалися і займаються Головка О. Г., Ковальов О. Є., Дем'яненко І. В., Кругляк С. О., Дряпак Я. О. та ін. Однак, незважаючи на наявність численних теоретичних розробок, залишається відкритим для дискусій питання оцінювання фінансової стійкості підприємства за умов наростання кризових явищ в економіці.

Метою написання статті є обґрунтування теоретичних засад і розробка науково-практичних рекомендацій, що є спрямованими на вдосконалення аналізу й оцінки фінансової стійкості підприємства.

Фінансова стійкість є гарантованою платоспроможністю та кредитоспроможністю підприємства як результату його діяльності на підставі ефективного формування, розподілу та використання фінансових ресурсів. Водночас це забезпеченість запасів власними джерелами їх формування, а також співвідношення власних і позикових засобів – джерел покриття активів підприємства [2].

На сьогодні існують різні методичні підходи до аналізу й оцінки фінансової стійкості підприємства (табл. 1) [2].

Таблиця 1

Підходи до оцінки фінансової стійкості підприємства

Назва підходу	Характеристика	Результат оцінки
Агрегатний	Аналіз абсолютних показників фінансової стійкості	Визначення типу фінансової стійкості
Коефіцієнтний	Аналіз відносних показників фінансової стійкості та їх порівняння із нормативними значеннями	Визначення реального фінансового стану, слабких і сильних сторін діяльності підприємства
Маржинальний	Розрахунок порогу рентабельності за допомогою розподілу затрат на постійні та змінні, а також використання показника маржинального доходу	Визначення запасу фінансової стійкості
Балансовий	Використання балансової моделі	Оцінка фінансової стійкості із урахуванням ступеня покриття запасів та основних засобів джерелами фінансування
Інтегральний	Інтегральна оцінка ступеня фінансової стійкості із використанням узагальнюючого показника зміни фінансової стійкості	Визначення ступеня фінансової стійкості та виявлення її динаміки
Факторний	Проведення факторного аналізу фінансової стійкості, що передбачає побудову ланцюга показників та аналіз темпів їх зростання	Визначення рангу показників, який дає змогу сформулювати висновок про фінансовий стан підприємства

Найпоширенішим є коефіцієнтний підхід до аналізу фінансової стійкості підприємства, що дає змогу фінансовим менеджерам побачити зміни у фінансовій стійкості підприємства та результатах його діяльності; визначити тенденції та структуру цих змін і на підставі цього виявити слабкі та сильні місця діяльності підприємства, а також спрогнозувати діяльність аналізованого підприємства на перспективу [4].

На рис. 1 подано результати аналізу фінансової стійкості ТОВ «Укразгрозапчастина» [4].

У процесі аналізу відносних показників фінансової стійкості виявлено, що у 2016 р. коефіцієнт автономії становив 0,53 та входив у межі нормативного значення 0,50. Але у 2017 р. спостерігається зниження показника до значення 0,49, що є негативною тенденцією, оскільки засвідчує, що підприємство стає більш залежним від зовнішніх кредиторів.



Рис. 1. Показники фінансової стійкості ТОВ «Украгрозапчастина», 2016–2017 рр.

У 2016 р. коефіцієнт фінансування становив 0,88, що менше нормативного значення 1. У 2017 р. коефіцієнт зріс до 1,02, що свідчить про втрату фінансової незалежності. У 2016–2017 рр. коефіцієнт забезпеченості власними оборотними коштами був від'ємним, що свідчить про те, що весь власний капітал і довгострокові джерела є спрямованими на фінансування необоротних активів і в компанії немає довгострокових коштів для формування власного оборотного капіталу. У 2016–2017 рр. коефіцієнт маневреності власного капіталу був нижче нормативного значення. Це свідчить про те, що власні кошти повністю відволікаються на фінансування необоротних активів, тому для фінансування оборотних активів слід звертатися до позичкових джерел фінансування, а це призводить до зниження фінансової стійкості [2; 3].

Окрім коефіцієнтного підходу, достатньо поширеним методом оцінки фінансової стійкості підприємства є інтегральна оцінка фінансового стану. Інтегральна оцінка фінансового стану (моделі діагностики банкрутства) ґрунтується на емпіричному дослідженні фінансових показників великої кількості підприємств, одні з яких збанкрутували, а інші успішно продовжують свою діяльність. Найвідомішими моделями інтегральної оцінки фінансового стану є модель Альтмана, модель Ліса та модель Тафлера [5].

Для діагностики банкрутства ТОВ «Украгрозапчастина» обрано модель Альтмана (табл. 2) [4; 5].

Таблиця 2

Діагностика ймовірності банкрутства ТОВ «Украгрозапчастина» із застосуванням моделі Альтмана

Показник	2015	2016	2017
Відношення власного оборотного капіталу до сукупних активів	0,090	-0,045	-0,090
Відношення чистого прибутку до сукупних активів	0,229	0,187	0,207
Відношення фінансового результату від звичайної діяльності до оподаткування до сукупних активів	0,231	0,028	0,044
Відношення між власним і залученим капіталом	1,710	1,132	0,976
Відношення чистого доходу (виручки) від реалізації продукції до сукупних активів	2,029	1,697	1,647
Ступінь ймовірності банкрутства	3,71	2,38	2,29

Бачимо (табл. 2), що визначений за допомогою моделі Альтмана інтегральний показник рівня загрози банкрутства у 2015 р. був високим, що свідчить про низький рівень ймовірності банкрутства. У 2016–2017 рр. спостерігається зниження інтегрального показника рівня загрози банкрутства, що є негативною тенденцією. Збільшення рівня ймовірності банкрутства до достатньо високого у 2016–2017 рр. є зумовленим тим, що у підприємства виникла велика кількість поточних зобов'язань і зросли збитки.



Таким чином, у процесі оцінювання фінансової стійкості ТОВ «Украгрозапчастина» за застосування коефіцієнтного та інтегрального методів виявлено, що у 2015–2016 рр. спостерігалось погіршення фінансової стійкості підприємства. Для виправлення ситуації підприємству слід запровадити відповідні заходи задля зниження кредиторської та дебіторської заборгованості підприємства. За вмілого управління кредиторська заборгованість може стати додатковим, і, що важливо, дешевим джерелом залучення позикових коштів. Від того, як вибудовуватимуться відносини з контрагентами, узгоджуватимуться умови укладених договорів, відстежуватимуться терміни їх оплати, багато в чому залежить ефективність використання отриманих коштів. Важливо також забезпечити зменшення собівартості послуг за рахунок збільшення їх обсягу або скорочення витрат на їх виробництво, що відбувається за умови підвищення рівня продуктивності праці та скорочення непродуктивних витрат.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Кіна М. О.

Література: 1. Головка О. Г., Ковальов О. Є., Губарев О. О. Сучасні проблеми та перспективи управління фінансовою стійкістю підприємства. *Проблеми і перспективи розвитку підприємництва*. 2014. № 1. С. 48–53. 2. Дем'яненко І. В. Фінансова стійкість підприємства та її регулювання. *Фінанси України*. 2012. № 5. С. 127–129. 3. ТОВ «Украгрозапчастина» // Офіційний сайт ТОВ «Украгрозапчастина». URL: <https://ukragrozapchast.ua>. 4. Сметанюк О. А., Кругляк С. О. Фінансова стійкість у системі фінансової безпеки підприємства. *Економічний простір*. 2014. № 8. С. 187–196. 5. Філонич О. М., Дряпак Я. О. Управління фінансовою стійкістю підприємства. *Економіка і регіон*. 2012. № 1. С. 199–202.



INNOVATIVE METHODS OF RECRUITMENT AND SELECTION

UDC 331.108.3

K. Lazariava K. O.

Undergraduate 1 year of study
of the Faculty of Management and Marketing KhNEU of S. Kuznets

Annotation. *Researched methods of personnel selection in enterprises and companies. The importance of personnel selection for the effectiveness of the organization of labor in enterprises and the effectiveness of their activities in general is substantiated. The essence of personnel selection is determined, traditional and non-traditional methods of personnel selection are considered. A comparative analysis of traditional and non-traditional methods of personnel selection.*

Keywords: *enterprise, organization, right to work, employees, team, personnel, traditional methods of personnel selection, non-traditional methods of personnel selection.*

Анотація. *Досліджено методи відбору персоналу на підприємствах та у компаніях. Обґрунтовано важливість відбору персоналу для ефективності організації праці на підприємствах та ефективності їх діяльності в цілому. Визначено сутність відбору персоналу, розглянуто традиційні та нетрадиційні методи відбору персоналу. Проведено порівняльний аналіз традиційних і нетрадиційних методів відбору персоналу.*

Ключові слова: *підприємство, організація, право на працю, співробітники, колектив, персонал, традиційні методи відбору персоналу, нетрадиційні методи відбору персоналу.*

Аннотация. *Исследованы методы отбора персонала на предприятиях и в компаниях. Обоснована важность отбора персонала для эффективности организации труда на предприятиях и эффективности их дея-*



тельности в целом. Определена сущность подбора персонала, рассмотрены традиционные и нетрадиционные методы отбора персонала. Проведен сравнительный анализ традиционных и нетрадиционных методов отбора персонала.

Ключевые слова: предприятие, организация, право на труд, сотрудники, коллектив, персонал, традиционные методы отбора персонала, нетрадиционные методы отбора персонала.

The staff is one of the key factors of the company's success at the market; because staffs are people, who move the company forward in the market relations and initiate the ideas for the activity improvement, change of direction, improvement of products, etc. Therefore, it is important to approach to personnel recruitment responsibly and with full dedication, understanding and interest.

The process of recruitment is a process based on the study of professional candidates' correspondences to the requirements of the position, the workplace, and the selection of the applicants of the most suitable, taking into account the qualifications, the specialty, personal qualities and abilities compared with the goals and interests of the company. It is worth noting that a qualitative process of recruitment is an expensive and rather complicated process, in which often are involved many people who are familiar with the recruitment. It is also should be mentioned that recruitment most often is divided into some stages, rejecting at each stage the less suitable candidates [4].

Currently, there are traditional and non-traditional ways of selecting staff for employees of the company. It is very difficult to move away from traditional methods of recruiting since they give a general picture of the applicant, their previous experience, views, and beliefs. Therefore, traditional ways will always be relevant and will always have the place in the recruitment system.

Traditional methods of recruitment give the employer the opportunity to get as much information as possible about the candidate for office, and reveal the main features of the applicant's character. Due to these methods, the employer can understand whether a person is suitable for work at a company or an enterprise, or is not suitable before the candidate is accepted before the candidate is employed.

Most often, a psychologist carries out the analysis of the results, since large companies, as a rule, have their own psychologist who takes part in the recruitment process and gives advice to the head about the suitability or unsuitability of the candidate for the elected position. After all, only complete professional analysis can reveal the positive and negative features of the candidate's character [2].

There are five basic traditional recruiting methods outlined below.

CV is a document in which the candidate gives (brief information) information on education, work, professional achievements and successes in chronological sequence and summary presentation in order to interest the employer in their person as a candidate for the chosen position. The main requirement for a CV is the exhaustiveness of the facts about the candidate and the conciseness and consistency of presentation [3].

An important point is that the CV is submitted before the meeting with the employer, so it is necessary to interest the employer in a few words in his candidacy. To do this, you need to be able to write a CV correctly. It should also be noted that the summary does not have general rules for its writing. Therefore, there can be different types of resume for each post. Typically, companies' websites have their own example of writing a CV that can be taken as a basis.

Interview. Today the selection of staff is mainly done through an interview. Its advantage is that, over a short period, the employer will be able to obtain sufficiently accurate information about the characteristics of the candidate and get a complete picture of the candidate for the position. Most often, the interview takes place in the form of a conversation (question-answer). The staff manager or the employer himself asks the applicant questions that most often are related to personal qualities of the candidate, professionalism, interests, hobbies.

If the interviewer is a psychologist, then they make conclusions not only based on answers, but also based on the behavior, intonation, gestures and facial expressions of the candidate. Sometimes, even based on these data, the employer can already say whether the applicant suits for work in the company or not [2].

Interviews could be divided to (Fig. 1):

Questionnaire. The most commonly the simple questionnaire is used, which consists of common questions: first name, age, address, education, interests, etc. In addition to the standard questionnaires, others are also used that consist of answer variants, or even non-responses. Such questionnaires reveal the level of efficiency of the applicant. Moreover, the questionnaire may include questions about life situations. This is done in order to look at the applicant's reaction to the situation.

Evaluation centers. Many companies do not use this selection method. This method is a type of training game, in which the applicant is in a situation that is as close to the working environment as possible. During the game candidates are asked to express their opinion about the whole process or to analyze some of its part. This is done in order to identify whether a person can speak in public and express their opinion on the situation. Moreover, this method allows us to identify the needs of the profession [4].

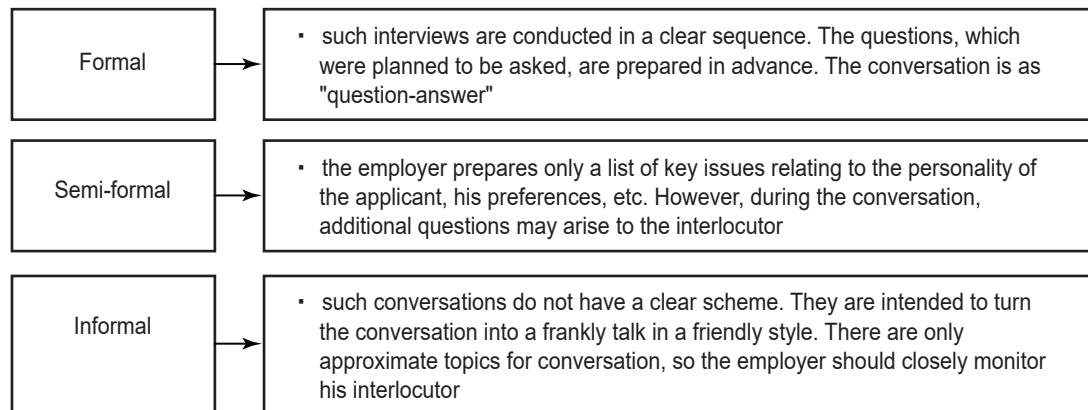


Fig. 1. **Types of interviews**

Testing. This selection method has been used recently, mostly due to the Western influence. This method allows to determine the most accurate and reliable information about the applicant's professional qualities and his ability to perform a particular job. However, currently, testing is not used as an independent recruitment tool, but rather as an auxiliary method for obtaining information about the candidate's professional abilities. It is also worth noting that for the analysis of testing requires a view of a professional psychologist.

Speaking about the non-traditional methods of recruitment, we can say that their list is not exhaustive, and it is unlikely to be exhausted ever since every year more and more new methods of recruitment are invented. There are new and new methods of checking candidates for compliance with the chosen position [4].

The main non-traditional methods of the recruitment are shock interview, brainteaser interview, physiognomy, method of socionics, graphology, studying of fingerprints.

Shock interview is widely used today, especially in large companies and for positions that require stress resistance. Often these posts are related to working with people or with a large stream of input and output data. In this type of selection of personnel, the task of HR-manager or recruiter is to create stress conditions for the applicant and analyze the reaction and behavior of the candidate in a stressful situation. Here you can use all methods: the employer may be late for interviews, may be disrespectful to the merits of the candidate and may ask obscene questions. However, after this interview, employers are advised to admit the purpose of such «torture», since few will want to work in a company in which the director is asking obscene questions or asking the lady to remove the stockings [4].

Brainteaser interviews are usually used in areas where you need to be smart, charismatic and ingenuity and has the ability to think analytically. The candidate is offered to solve the problem on logic, or the manager asks a question that does not apply to the topic of conversation. In these circumstances, the candidate must be original and unusual. This is a reason to believe that the candidate can think outside the box and go beyond the usual search for the answer to the question. This method is mainly used by domestic representative offices of foreign companies. According to their opinion, such people can offer innovation for the development of the company. So, the recruiter from the American company Spirit Airlines ask the candidates for the cabin crew the following question: «How would you describe the yellow color of a blind man?» [4].

Physiognomy is most often used as an auxiliary method. The essence of the method is to examine the features of the human face and facial expressions. Based on the obtained data it is concluded that the type of human person, the ability of man to analysis and creative abilities. However, this method can be effective if the researcher has a great experience in this case [5].

The method of socionics was created based on science, which studies the process of processing information by the human psyche, which is perceived by man from the environment. According to this science, there are 16 types of perception and processing information corresponding to 16 sociotypes of people. This science argues that people of the same sociotype behave equally in the same situation, because they coincide motives that push them to make a decision. This technique is represented by tests, physiognomic studies and conversation. However, the person is also influenced by the environment and education. Because of this it is impossible to say that people of the same sociotype cannot be 100 % identical. This technique has a credible face of 80 %. Because of this, this method of selection of personnel is not very widespread [1].

Graphology is the least developed method in post-Soviet countries. However, this method is widespread abroad. This is due to the fact that this method does not guarantee that the character of a person is closely related to the handwriting. However, in France, this method is considered to be the traditional for the acceptance of a candidate. The essence of the method is that the applicant is asked to write a phrase on paper, and then learn his handwriting. While studying, attention



is drawn to the onslaught, outlines, inclination of letters, sharpness of letters and other details. Based on this given, it is determined which character is inherent in man [1].

The study of fingerprints is also not a widespread method in post-Soviet countries. This method is an analysis of a drawing on a person's finger. Such an analysis helps to determine the person's character. In addition, there is also the idea that the number of curls in this figure is evidence of the coefficient of human intelligence.

Having familiarized with both methods of selection of personnel, we can give a comparative description of these methods. The comparative characteristics are presented in the Table 1 [1; 2].

Table 1

Comparative characteristic of traditional and non-traditional methods of personnel selection

Characteristics	Traditional methods	Non-traditional methods
Characterizes the candidate	Characterizes a person as a specialist, their qualifications, level of education, achievements in the scientific field and career. Gives information about the theoretical skills and abilities of the candidate, shows their professional qualities.	Characterizes the candidate as a person, gives the candidate the opportunity to reveal their personal qualities, shows the practical skills and abilities of the candidate in accordance with the proposed position.
Indicates if the candidate can think creatively	Traditional methods do not give the opportunity to open the candidate as a creative nature; do not give the opportunity to show the ability to think non-standard.	Usually are aimed to revealing the creative potential of the candidate, going beyond the standard thinking, solving non-standard complicated situations
Indicates if can detect the untruthful information	Usually, traditional methods do not provide the exclusion of the possibility of exaggeration or adornment of personal achievements.	Completely precludes the possibility of giving false information, because in the framework of non-traditional methods, the candidate is in a stressful situation, which excludes time think up the false facts.
Indicates if can give the opportunity to evaluate communicational skills	Traditional methods make possible to evaluate candidate's communicational skills superficially.	Give an opportunity to evaluate the candidates' ability to work with other people, as well as on their own.
Indicates if can be used separately	Can be used as a separate methods, but the efficiency of using such methods is more lower than if used with non-traditional methods.	Cannot be used separately as non-traditional methods cannot describe the professional skills of the candidate, their compliance with the requirements of the post.

The methods listed above cannot be used autonomously from other methods as an independent tool, since each method alone does not give one hundred percent information about a person's personality. Such methods are used as an auxiliary tool in combination with traditional methods.

Supervisor – Candidate of Sciences (Economics), Associate Professor Veretennikova G. B.

Literature: **1.** Балабанова Л. В., Сардак О. В. *Управління персоналом* : навч. посіб. Київ : Центр навч. літ., 2009. 464 с. **2.** Білявський В. Соціальний пакет як інструмент мотивування персоналу підприємства. *Вісник КНТЕУ*. 2007. № 6. С. 62–68. **3.** Воронкова В. Г., Беліченко А. Г., Попов О. М. *Управління людськими ресурсами: філософські за-сади* : навч. посіб. Київ : Професіонал, 2006. 576 с. **4.** Гавкалова Н. Л. *Соціально-економічний механізм ефективності менеджменту персоналу: методологія та концепція формування*. Харків : ХНЕУ, 2007. 400 с. **5.** Гальчинський А. С., Єщенко П. С., Палкін Ю. І. *Основи економічної теорії* : підручник. Київ : Вища школа, 2003. 462 с.



ФОРМУВАННЯ МАТРИЦІ ФІНАНСОВИХ СТРАТЕГІЙ ДЛЯ МЕТАЛУРГІЙНОГО ПІДПРИЄМСТВА

УДК 658.14/.17:006

Літвінова А. А.

Магістрант 1 року навчання
фінансового факультету ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. Із застосуванням матриці Франшона–Романе на підставі показника фінансово-господарської діяльності визначено положення ПРАТ «Маріупольський металургійний комбінат ім. Ілліча» у матриці фінансових стратегій. Наведено рекомендації щодо формування оптимальної фінансової стратегії підприємства.

Ключові слова: підприємство, організація, виробництво, суб'єкт господарювання, фінанси, фінансова стратегія, фінансово-господарська діяльність, результат господарської діяльності, результат фінансової діяльності, результат фінансово-господарської діяльності, матриця фінансових стратегій Франшона–Романе.

Аннотация. С применением матрицы Франшона–Романе на основании показателя финансово-хозяйственной деятельности определено положение ЧАО «Маріупольский металлургический комбинат им. Ильича» в матрице финансовых стратегий. Приведены рекомендации по формированию оптимальной финансовой стратегии предприятия.

Ключевые слова: предприятие, организация, производство, субъект хозяйствования, финансы, финансовая стратегия, финансово-хозяйственная деятельность, результат хозяйственной деятельности, результат финансовой деятельности, результат финансово-хозяйственной деятельности, матрица финансовых стратегий Франшона–Романе.

Annotation. Using the Franchona–Romane matrix, the position of the «Mariupol Metallurgical Combine named after Sh. Ilyich» in the matrix of financial strategies. The recommendations on the formation of the optimal financial strategy of the enterprise are given.

Keywords: enterprise, organization, production, business entity, finance, financial strategy, financial and economic activity, result of economic activity, result of financial activity, result of financial and economic activity, matrix of financial strategies of Franchona–Romane.

На сучасному етапі розвитку за умов нестабільності й невпевненості у майбутньому чимало вітчизняних металургійних підприємств перебувають на такій стадії, коли важливо підтримувати високий рівень фінансової стійкості. За таких умов суттєво зростає роль фінансової стратегії, що забезпечує пріоритетні напрями розвитку підприємства. При цьому виникає необхідність стратегічного аналізу його діяльності, спрямованого на сприяння досягненню короткострокових і довгострокових цілей, оскільки стратегічною настановою зумовлено фінансову стратегію підприємства. Тому потреба у формуванні фінансової стратегії із застосуванням матричного підходу є важливою складовою успішного функціонування будь-якого металургійного підприємства, незалежно від розміру, організаційно-правової форми та виду діяльності, що може забезпечити високу конкурентоспроможність, платоспроможність, фінансову стійкість і прибутковість підприємства.

Дослідженням питань розробки та реалізації фінансової стратегії підприємства займалися і займаються чимало науковців, серед них Бланк І. А., Бутиріна В. М., Гриньов А. В., Дорофеев М. Л., Іванюта С. М., Присяга Т. А. та ін.

Метою написання статті є визначення положення ПРАТ «Маріупольський металургійний комбінат імені Ілліча» в матриці Франшона–Романе в динаміці, а також надання рекомендацій щодо ефективного формування його фінансової стратегії.

Французькі науковці Франшон Ж. і Романе І. запропонували методику розробки фінансової стратегії, засновану на побудові фінансової матриці. Модель базується на розрахунку трьох основних показників; методику розрахунку показників матриці фінансової стратегії подано в табл. 1 [6].

Результат господарської діяльності є сумою коштів, що залишається у розпорядженні підприємства після фінансування виробничого розвитку. Результат фінансової діяльності є зміною обсягу заборгованості підприємства, скоригованою на обсяг фінансових витрат, дивідендних і податкових виплат. Результат фінансово-господарської діяльності є сумою результатів господарської та фінансової діяльності підприємства [4].

Таблиця 1

Методика розрахунку показників матриці фінансової стратегії

Показник	Формула	Позначення
РГД	$РГД = БРЕІ - \Delta ФЕП - ВІ - ПМ$	БРЕІ – бруто-результат від експлуатації інвестицій; ΔФЕП – зміна фінансово-експлуатаційних потреб; ВІ – виробничі інвестиції; ПМ – звичайні продажі майна
РФД	$РФД = ПК - ВБ - ПП - ВД + ЕА - УФ - ДФср + ОПУ$	ПК – зміна позикового капіталу за звітний період; ВБ – відсотки банку; ПП – податок на прибуток від звичайної діяльності; ВД – виплачені дивіденди; ЕА – суми, отримані від емісії акцій; УФ – кошти, вкладені у статутні фонди інших підприємств; ДФср – довгострокові фінансові інвестиції; ОПУ – інші фінансові доходи
РФГД	$РФГД = РГД + РФД$	РГД – результат господарської діяльності; РФД – результат фінансової діяльності

На підставі значень описаних показників оцінюють стратегічну фінансову діяльність підприємства за методом Франсона–Романе (табл. 2) [4].

Таблиця 2

Матриця фінансових стратегій Франсона–Романе

Значення показника	РФД < 0 (гальмування)	РФД (стабілізація)	РФД > 0 (зростання)
РГД > 0 Повільне зростання	1. РФХД = 0 Батько сімейства	4. РФХД > 0 Рантьє	6. РФХД > 0 Материнське товариство
РГФ = 0 Оптимальне зростання	7. РФХД < 0 Епізодичний дефіцит	2. РФХД = 0 Стілка рівновага	5. РФХД > 0 Атака
РГД < 0 Форсоване зростання	9. РФХД < 0 Кризовий стан	8. РФХД < 0 Дилема	3. РФХД = 0 Нестійка рівновага

Над діагоналлю зона успіхів – зона позитивних значень аналітичних показників, під діагоналлю зона дефіцитів – зона негативних значень аналітичних показників. За горизонталлю результат фінансової діяльності є пов'язаним із зростанням запозичень фірмою коштів. За вертикаллю результат господарської діяльності є пов'язаним із реалізацією фірмою інвестиційного проекту [4].

Використовуючи матрицю фінансових стратегій, виконано оцінку стратегічної фінансової діяльності підприємства ПРАТ «Маріупольський металургійний комбінат імені Ілліча» (табл. 3) [4].

Таблиця 3

Результати господарської та фінансової діяльності ПРАТ «Маріупольський металургійний комбінат імені Ілліча», 2015–2017 рр., млн грн

Показник	2015	2016	2017
Результат господарської діяльності	-223,22	11118,34	3086,31
Результат фінансової діяльності	-412,52	938,80	-1269,43
Результат фінансово-господарської діяльності	-635,74	12057,14	1816,88

На підставі отриманих значень побудовано матрицю фінансових стратегій і визначено місце ПРАТ «Маріупольський металургійний комбінат імені Ілліча» у ній (табл. 4) [4].

У 2015 р. підприємство перебувало у 2 квадранті. Це означає, що у ПРАТ «Маріупольський металургійний комбінат імені Ілліча» власних коштів було достатньо для виробничого фінансування розвитку, обсяги заборгованості практично не змінювались або змінилися лише в міру фінансових можливостей, планові обсяги діяльності повністю забезпечені фінансовими ресурсами. У 2016 р. ПРАТ «Маріупольський металургійний комбінат імені Ілліча» перемістилося у 6 квадрант, це може свідчити про те, що у підприємства існує можливість фінансування

не лише власного розвитку, а й створення дочірніх підприємств, сприяння залученню додаткових кредитів, наявні всі можливості для подальшого ефективного розвитку.

Таблиця 4

Матриця фінансових стратегій ПРАТ «Маріупольський металургійний комбінат імені Ілліча», 2015–2017 рр.

Показники	РФД < 0		РФД → 0		РФД > 0	
РГД > 0	1	2017	4	←	6	2015
РГД → 0	7	↓	2	2015	5	↗
РГД < 0	9		8		3	

За результатами 2017 р. ПРАТ «Маріупольський металургійний комбінат імені Ілліча» перейшло до квадранта 1. Це сталося через значне підвищення фінансових витрат підприємства разом із деяким зниженням бруто-результатів експлуатації інвестицій. Ця фінансова стратегія характеризується нижчими за можливі темпами зростання виробництва, однак, наявністю резервів для покращення ситуації за ефективнішого використання ресурсів. Перебуваючи у квадранті 1, ПРАТ «Маріупольський металургійний комбінат імені Ілліча» має всі можливості для реалізації інвестиційних проектів як з господарської, так і з фінансової точок зору. Для підприємства можливі три сценарії розвитку фінансової діяльності, що є зумовленими можливостями переходу в квадранти 2; 4; 7.

Задля інноваційного розвитку підприємство може перейти у квадрант 4. Таке положення характерне для підприємства, орієнтованого на виробничу діяльність. У підприємства має бути достатньо ресурсів для реалізації інвестиційного проекту за нульового значення результату фінансової діяльності. Тоді у підприємства зберігається можливість нарощування запасу фінансової міцності за рахунок мобілізації ефекту фінансового важеля, що сприятиме зростанню обсягів виробництва.

У квадранти 2 і 7 підприємство переміститься у разі реалізації інвестиційного проекту. Якщо темпи зростання обігу будуть достатньо високими, підприємство перейде до квадранта 2, у разі невисоких темпів зростання обігу – до квадранта 7. У такому разі позики, що є пов'язаними з реалізацією інвестиційного проекту, негативно вплинуть на результат фінансової діяльності.

Таким чином, матриця фінансової стратегії дозволяє підприємству приймати рішення щодо комплексного використання всіх потенційних фінансових ресурсів, що є спрямованими на досягнення цілей фінансової стратегії.

Науковий керівник – д-р екон. наук, професор Журавльова І. В.

Література: 1. Бланк І. А. Фінансовий менеджмент : учебний курс. Київ : Эльга ; Ника-Центр, 2004. 656 с. 2. Бутиріна В. М. Визначення фінансової стратегії розвитку підприємства. URL: http://nltu.edu.ua/nv/Archive/2011/21_7/177_But.pdf. 3. Гриньов А. В., Ястремська О. М. Якість формування фінансової стратегії підприємства. *Фінанси України*. 2006. № 6. С. 121–128. 4. Дорофеев М. Л. Особенности применения матрицы финансовых стратегий Франсона и Романа в стратегическом финансовом анализе компании. *Финансы и кредит*. 2009. № 23 (359). С. 51–56. 5. Іванюта С. М. Антикризове управління : навч. посіб. Київ : Центр навч. літ., 2007. 288 с. 6. Журавльова І. В., Порожняк О. О. Методичні рекомендації до виконання практичних завдань з навчальної дисципліни «Стратегічне управління» для студентів спеціальності «Фінанси» денної форми навчання / укл. І. В. Журавльова, О. О. Порожняк. Харків : ХНЕУ, 2010. 24 с. 7. Присяга Т. А. Визначення напрямків розвитку підприємств на основі аналізу позиції підприємства у матриці фінансових стратегій. *Управління розвитком*. 2012. № 12. С. 126–129.

АНАЛІЗ ЕФЕКТИВНОСТІ ПРОЦЕСІВ ФОРМУВАННЯ ТА ВИКОРИСТАННЯ ФІНАНСОВИХ РЕСУРСІВ ПІДПРИЄМСТВА

УДК 336.64.001.35

Макарова К. А.

Студент 4 курсу
фінансового факультету ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. Проведено комплексну оцінку ефективності процесів формування та використання фінансових ресурсів підприємства у 2015–2017 рр. на підставі альтернативних показників результативності процесів формування та використання фінансових ресурсів.

Ключові слова: підприємство, організація, фінанси, капітал, фінансові ресурси, власний капітал, позиковий капітал, ефективність, рентабельність.

Аннотация. Проведена комплексная оценка эффективности процессов формирования и использования финансовых ресурсов предприятия в 2015–2017 гг. на основании альтернативных показателей результативности процессов формирования и использования финансовых ресурсов.

Ключевые слова: предприятие, организация, финансы, капитал, финансовые ресурсы, собственный капитал, заемный капитал, эффективность, рентабельность.

Annotation. A comprehensive assessment of the effectiveness of the processes of formation and use of financial resources of the enterprise in 2015–2017 was conducted based on alternative performance indicators of the processes of formation and use of financial resources.

Keywords: enterprise, organization, finance, capital, financial resources, equity, debt capital, efficiency, profitability.

Важливою складовою механізмом ефективного управління фінансовими ресурсами підприємства є системи їх аналізу. Аналіз управління фінансовими ресурсами підприємства є процесом дослідження основних результативних показників ефективності їх функціонування задля виявлення альтернативних рішень для підвищення показника результативності процесів формування та використання фінансових ресурсів. Для цього здійснюють аналіз фінансових показників, що базується на розрахунку співвідношення абсолютних показників фінансової діяльності підприємства. У процесі використання цієї системи аналізу визначають показники результативності процесів формування та використання фінансових ресурсів [2].

Дослідженням і вдосконаленням методики розрахунку показників ефективності займалися і займаються Бланк І. А., Василик О. Д., Цал-Цалко Ю. М., Осипов П. В., Завгородній А. Г., Вознюк Г. Л., Покропивний С. Ф. та ін. Однак, незважаючи на наявність численних теоретичних розробок, питання забезпечення ефективності процесів формування та використання фінансових ресурсів підприємств потребують подальших системних досліджень.

Метою написання статті є об'єктивна комплексна оцінка ефективності процесів формування та використання фінансових ресурсів підприємств.

Інформаційною базою дослідження є фінансова звітність торговельного підприємства ТОВ «Укragроззапчастина».

Результативність процесів формування та використання фінансових ресурсів підприємств є об'ємнішим поняттям, ніж поняття їх ефективності, інтеграція яких сумарно характеризує процеси формування та використання фінансових ресурсів з кількісного погляду у вигляді кінцевої продукції, та якісної, із урахуванням ефективності зазначених процесів. Отже, ефективність процесів формування та використання фінансових ресурсів є складовою їх результативності. При проведенні аналізу процесів формування та використання фінансових ресурсів підприємств поряд із традиційними системами аналізу ефективності деякі автори пропонують альтернативну комплексну систему аналізу ефективності процесів формування та використання фінансових ресурсів [4].

Вихідні показники для проведення оцінки й аналізу формування та використання фінансових ресурсів ТОВ «Укragроззапчастина» подано в табл. 1 [4]. Система показників базується на співставленні наявних ресурсів на підприємстві, позикового капіталу та витрат.

Таблиця 1

Система показників для проведення оцінки й аналізу формування та використання фінансових ресурсів ТОВ «Укragрозапчастина»

№	Назва показника, тис. грн	2015	2016	2017
	1	2	3	4
1	Власний капітал	29167	35540	31021
2	Чистий дохід від реалізації продукції	110481	113619	103421
3	Довгострокові зобов'язання	8226	0	0
4	Поточні зобов'язання	17056	31395	31789
5	Операційні витрати	65955	12766	9052
6	Інші фінансові витрати	1441	1854	218
7	Податок на прибуток	0	0	0

Систему аналізу ефективності процесів формування та використання фінансових ресурсів підприємства подано на рис. 1 [4].

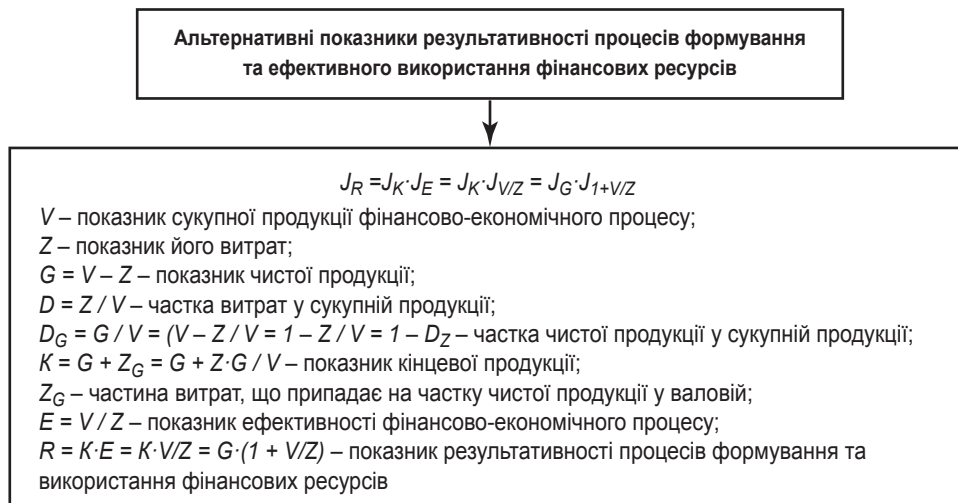


Рис. 1. Система аналізу ефективності процесів формування та використання фінансових ресурсів підприємства

Оцінку результативності процесів формування та використання фінансових ресурсів ТОВ «Укragрозапчастина» подано в табл. 2 [4].

Таблиця 2

Оцінка результативності процесів формування та використання фінансових ресурсів ТОВ «Укragрозапчастина»

№	Назва показника	Умовне позначення	2015	2016	2017
1	2	3	4	5	6
1	Чиста продукція процесу (загальний обсяг фінансових ресурсів)	Чп	46223	66935	62810
2	Витрати процесу (загальний обсяг витрат)	Зп	67396	14620	9270
3	Сукупна продукція фінансово-економічного процесу	СК	113619	81555	72080
4	Показник ефективності процесів формування та використання фінансових ресурсів	ЕФР	1,69	5,58	7,78
5	Питома вага витрат у сукупній продукції	Пзск	0,59	0,18	0,13
6	Частка чистої продукції у валовій продукції	Пчпв	0,41	0,82	0,87
7	Частина витрат, що припадає на частку чистої продукції у валовій	Чзатр	27418,35	11999,14	8077,81

Закінчення табл. 2

1	2	3	4	5	6
8	Кінцева продукція економічного процесу	Кпр	27418,76	11999,96	8078,68
9	Показник результативності процесів формування та використання фінансових ресурсів	Рпр	46223,69	66939,58	62816,78

Вважаємо, що системою є результативність процесів формування та використання фінансових ресурсів машинобудівних підприємств. Кількісною складовою цієї системи є кінцева продукція (), а якісною – ефективність процесів формування та використання фінансових ресурсів () [3].

Динамічні тенденції кінцевої продукції та показника результативності процесів формування та використання фінансових ресурсів ТОВ «Укragenрозрапчастина» у 2015–2017 рр. подано на рис. 2 [3].

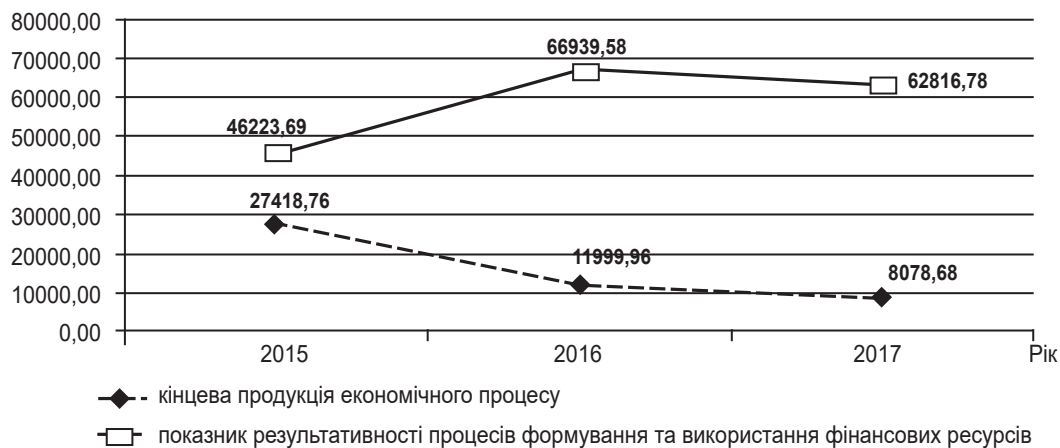


Рис. 2. Динамічні тенденції кінцевої продукції та показника результативності процесів формування та використання фінансових ресурсів ТОВ «Укragenрозрапчастина», 2015–2017 рр.

У 2015–2017 рр. показник кінцевої продукції ТОВ «Укragenрозрапчастина» постійно знижується, що є негативним фактором. Показник результативності процесів формування та використання фінансових ресурсів ТОВ «Укragenрозрапчастина» зросли у 2016 р. порівняно із 2015 р. Однак, у 2017 р. знову спостерігається зниження, що вказує на недостатньо ефективну політику формування та використання фінансових ресурсів.

Таким чином, для підвищення показника результативності процесів формування та використання фінансових ресурсів ТОВ «Укragenрозрапчастина» слід при розподілі прибутку більшу його частину спрямовувати на поповнення власних обігових коштів; для додаткової мобілізації фінансових ресурсів із зовнішніх джерел залучати тимчасово вільні кошти фізичних осіб та інших суб'єктів господарювання; здавати в оренду окремі об'єкти основних засобів і реалізовувати невикористовуване майно; скоротити витрати від невиконання договірних зобов'язань партнерами шляхом раціонального управління дебіторською заборгованістю та суворого дотримання розрахунково-платіжної дисципліни.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Кіна М. О.

Література: 1. Андрійчук В. Г. Ефективність діяльності аграрних підприємств: теорія, методика, аналіз : монографія. Київ : КНЕУ, 2005. 292 с. 2. Бланк И. А. Управление активами и капиталом предприятия. Киев : Ника-центр ; Эльга, 2003. 448 с. 3. Гудзь О. Є. Фінансові ресурси сільськогосподарських підприємств. Київ : ННЦ ІАЕ, 2007. 580 с. 4. Дехтяр Н. А., Дейнека О. В. Основи функціонування фінансів державного сектора як складової фінансової системи України. Вісник УАБС. 2009. № 1. С. 24–29. 5. Завгородній А. Г., Вознюк Г. Л., Смовженко Т. С. Фінансовий словник. Київ : Знання, 2000. 566 с.

ФОРМУВАННЯ ФІНАНСОВИХ РЕСУРСІВ ПІДПРИЄМСТВ ЗА СУЧАСНИХ УМОВ РОЗВИТКУ ФІНАНСОВОЇ СИСТЕМИ

УДК 658.14.001.33

Макарова К. А.

Студент 4 курсу
фінансового факультету ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. Досліджено сутність і зміст фінансових ресурсів підприємства як економічної категорії. Визначено джерела формування фінансових ресурсів, окреслено проблематику фінансування підприємств. Розглянуто шляхи розв'язання проблем формування фінансових ресурсів підприємства.

Ключові слова: підприємство, організація, фінанси, капітал, амортизація, фінансові ресурси, власний капітал, залучений капітал, кредиторська заборгованість, амортизаційні відрахування.

Аннотация. Исследованы сущность и содержание финансовых ресурсов предприятия как экономической категории. Определены источники формирования финансовых ресурсов, а также проблематика финансирования предприятий. Рассмотрены пути решения проблем формирования финансовых ресурсов предприятия.

Ключевые слова: предприятие, организация, финансы, капитал, амортизация, финансовые ресурсы, собственный капитал, привлеченный капитал, кредиторская задолженность, амортизационные отчисления.

Annotation. The essence and content of financial resources of an enterprise as an economic category are investigated. Sources of formation of financial resources, as well as the problems of financing enterprises have been identified. Considered ways to solve the problems of the formation of financial resources of the enterprise.

Keywords: enterprise, organization, finance, capital, depreciation, financial resources, equity capital, attracted capital, payables, depreciation deductions.

Необхідною умовою прибуткової діяльності будь-якого підприємства є ефективна та раціональна організація його фінансів. Щоб успішно функціонувати на ринку, кожне підприємство повинно формувати, розподіляти і використовувати фонди грошових коштів, обґрунтовано залучати зовнішні джерела фінансування. Наявність у достатньому обсязі фінансових ресурсів та їх ефективне використання дає змогу підприємству досягти високого рівня платоспроможності, фінансової стійкості та ліквідності. Саме тому постає питання щодо створення ефективної системи управління фінансовими ресурсами для забезпечення безперебійного процесу виробництва та реалізації продукції на сучасних вітчизняних підприємствах.

Проблеми формування та використання фінансових ресурсів підприємств у своїх працях висвітлюють Бланк І. А., Завгородній А. Г., Кірейцев Г. Г., Василик О. Д., Гудзь О. Є., Дехтяр Н. А., Андрусак Н. О., Мішина С. В., Поддерьогін А. М., Романенко О. Р., Стасюк Г. А., Стойко О. Я., Юхименко П. І. та ін.

Метою написання статті є визначення проблем забезпечення фінансовими ресурсами підприємств, аналіз умов і факторів впливу на ці процеси, їх специфіки, взаємозумовленості та взаємозв'язку. Більшість дослідників розглядають окремо економічні, організаційні, фінансові аспекти цієї складної проблеми, що обмежує можливості комплексного її розв'язання.

На сьогодні в економічній сфері не існує єдиного загальноприйнятого погляду на фінансові ресурси. Питання, що є пов'язаними з його визначенням, науковці досліджують і ще тривалий час досліджуватимуть з різних точок зору. Усіх дослідників економічної природи фінансових ресурсів підприємств можна розподілити на тих, хто розглядає фінансові ресурси з погляду підприємств (на мікрорівні), і тих, хто розглядає цю економічну категорію з погляду держави (на макрорівні) [14]. Визначення сутності поняття «фінансові ресурси» різними науковцями на макро- і мікро-рівнях систематизовано в табл. 1 [1–14].

Отже, фінансовими ресурсами є засоби, які акумулюються підприємством для забезпечення процесу розширеного відтворення шляхом перетворення їх на інші види ресурсів, а також для досягнення високих фінансових результатів. Це сукупність коштів, що перебувають у розпорядженні підприємства і є джерелом його виробничого та соціального розвитку. Фінансові ресурси підприємства утворюються в результаті його виробничо-господарської діяльності, через отримання грошей за продані товари, а також мобілізацію коштів на фінансовому ринку.

Визначення сутності поняття «фінансові ресурси» різними науковцями

Автор	Визначення
Макрорівень	
Романенко О. Р. [11]	Фінансові ресурси держави є фінансовими ресурсами підприємницьких структур державної та недержавної форм власності
Стойко О. Я. [13]	Фінансові ресурси держави є цілісною системою суспільних відносин, пов'язаних із формуванням, розподілом і використанням централізованих і децентралізованих фондів грошових коштів задля виконання завдань і функцій держави
Юхименко П. І. [14]	Фінансові ресурси є сукупністю коштів, що перебувають у розпорядженні держави та суб'єктів господарювання
Василик О. Д. [2]	Фінансові ресурси є грошовими фондами, створюваними у процесі розподілу, перерозподілу й використання валового внутрішнього продукту, який створюється в державі впродовж певного часу
Моляков Д. С. [8]	Фінансові ресурси є грошовими коштами, які перебувають у розпорядженні держави, підприємств, господарських організацій і установ та є використовуваними для фінансування витрат та утворення різних фондів і резервів
Дехтяр Н. А. [4]	Фінансові ресурси – система економічних відносин з приводу формування та розподілу фінансових ресурсів суб'єктів державного сектора економіки для забезпечення їх ефективного розвитку, задоволення соціально-економічних потреб суспільства та дотримання належного рівня національної безпеки
Мішина С. В. [7]	Фінансові ресурси є сукупністю грошових коштів у фондовій, нефондовій або матеріальній формі, що формуються у процесі розподілу й перерозподілу валового внутрішнього продукту задля забезпечення розширеного відтворення й задоволення інших суспільних потреб
Мікрорівень	
Кірейцев Г. Г. [6]	Фінансові ресурси – грошові доходи й надходження підприємства, призначені для виконання його фінансових зобов'язань і фінансування витрат щодо забезпечення розширеного відтворення
Опарін В. М. [9]	Фінансовими ресурсами підприємства можна вважати сукупність грошових фондів цільового призначення, сформованих у процесі розподілу і перерозподілу валового внутрішнього продукту, створеного на підприємстві, якими воно розпоряджається на правах власності або повного господарського відання і використовує на статутні потреби
Поддєрьогін А. М. [10]	Під фінансовими ресурсами слід розуміти грошові кошти, що є в розпорядженні підприємства
Романенко О. Р. [11]	Під фінансовими ресурсами слід розуміти грошові кошти, акумульовані з різних джерел, які перебувають у господарському обігу та є необхідними для покриття потреб
Бланк І. А. [1]	Фінансовими ресурсами є сукупність акумульованих власних і позикових коштів та їх еквівалентів у формі цільових грошових фондів, призначених для забезпечення його господарської діяльності в майбутньому
Завгородній А. Г. [5]	Фінансові ресурси – грошові кошти, які є в розпорядженні підприємства, призначені для здійснення поточних витрат і витрат із розширеного відтворення, для виконання фінансових зобов'язань і економічного стимулювання працівників
Гудзь О. Є. [3]	Фінансовими ресурсами є сукупність усіх високоліквідних наявних активів, які перебувають у розпорядженні підприємства й призначені для виконання фінансових зобов'язань і розширеного відтворення, пов'язують їх обсяг і склад із платоспроможністю підприємства
Стасюк Г. А. [12]	Фінансовими ресурсами є джерела засобів підприємства, що є спрямованими на формування його активів

Формування фінансових ресурсів є здійснюваним за рахунок певних джерел: власних (ресурси, що належать підприємству й утворюються внаслідок його фінансово-господарської діяльності: статутний капітал, резервний капітал, додатковий капітал, нерозподілений прибуток) і залучених (ресурси, що тимчасово перебувають у розпорядженні підприємства і можуть використовуватися для досягнення статутних цілей: довгострокові та поточні зобов'язання) [7].

Класифікацію фінансових ресурсів за джерелами формування подано на рис. 1 [7].

Отже, фінансові ресурси підприємства формуються за рахунок внутрішніх і зовнішніх джерел. На діяльність підприємства впливають чимало факторів макро- і мікросередовища, а їх динамічність спонукає суб'єкт господарювання до ефективного формування й управління фінансовими ресурсами.

Основними джерелами формування власних фінансових ресурсів є амортизаційні відрахування та прибуток від основної операційної діяльності. Амортизаційні відрахування спрямовуються на відтворення й оновлення основних засобів. Однак, нині на законодавчому рівні не врегульовано амортизаційну політику на рівні підприємства. Підприємство самостійно обирає метод нарахування амортизаційних відрахувань, що дає змогу суб'єктам

господарювання прискорити процес оновлення основних засобів, підвищити продуктивність їх активної частини, набагато збільшити розміри власних фінансових ресурсів [10].

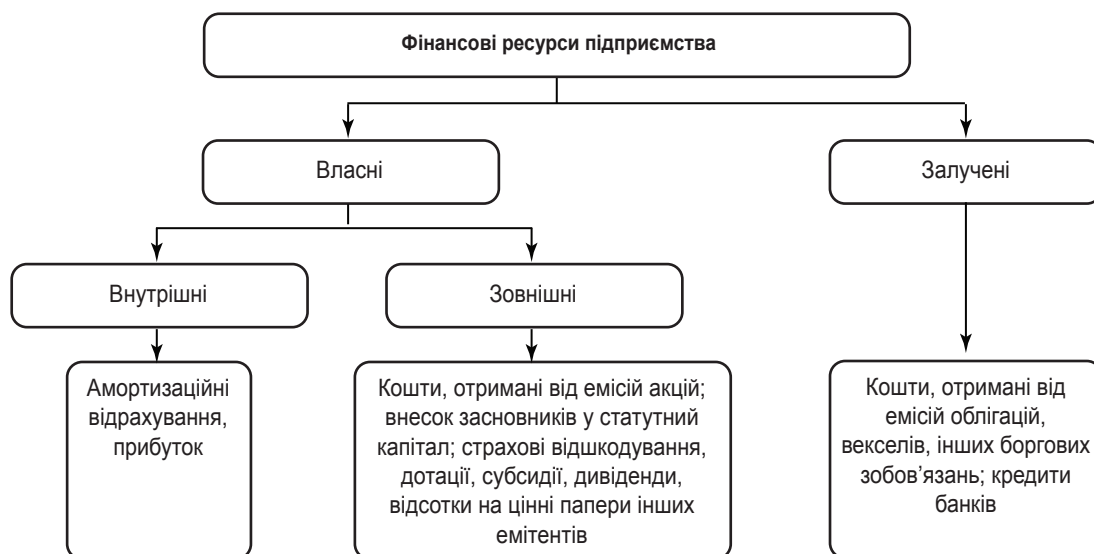


Рис. 1. Класифікація фінансових ресурсів за джерелами формування

Фінансова діяльність підприємства має бути спрямована на забезпечення систематичного надходження й ефективного використання фінансових ресурсів, дотримання розрахункової та кредитної дисципліни, досягнення раціонального співвідношення власних і залучених коштів, фінансової стійкості задля ефективного функціонування підприємства [5].

Істотною причиною кризового стану багатьох сучасних вітчизняних підприємств є неналежне виконання фінансовими службами покладених на них функцій, зокрема відсутність фінансового планування (бюджетування) та аналізу, управління ризиками, роботи щодо оптимізації структури активів і пасивів тощо. Досить часто це є пов'язаним із тим, що відповідальність за всю фінансову роботу на підприємстві покладається на бухгалтерію, а фінансові служби або взагалі відсутні, або їхні завдання є невизначеними і не мають нічого спільного з тими, які виконують відповідні служби на підприємствах країн Західної Європи чи США.

Середньостатистичне вітчизняне підприємство значну частину своїх необоротних (довгострокових) активів фінансує за рахунок короткострокових джерел. Це означає, що потенціально більшість вітчизняних підприємств є неплатоспроможними, оскільки наявних оборотних активів не вистачає для погашення поточних зобов'язань. Проблема тут полягає не стільки у дефіциті фінансових ресурсів, скільки у незадовільній роботі фінансових служб щодо управління активами та пасивами, що пов'язано передусім із низькою кваліфікацією фінансового менеджменту [7].

Проблематику фінансування вітчизняних підприємств слід розглядати в таких площинах: низький рівень кваліфікації фінансового менеджменту, надзвичайно ризикова політика формування активів та пасивів підприємств, труднощі із залученням зовнішніх джерел фінансування, дефіцит внутрішніх джерел фінансування, високий рівень кредиторської заборгованості у структурі джерел фінансування.

Шляхи розв'язання проблем формування фінансових ресурсів підприємства подано на рис. 2 [9].

Таким чином, кризовий стан багатьох вітчизняних підприємств є спричиненим наявністю проблем як на макро-, так і на мікрорівні. Основними проблемами мікрорівня є низький рівень кваліфікації фінансового менеджменту, надзвичайно ризикова політика формування активів і пасивів підприємств, труднощі із залученням зовнішніх джерел фінансування, дефіцит внутрішніх джерел фінансування, високий рівень кредиторської заборгованості у структурі джерел фінансування. Ефективне управління формуванням і використанням фінансових ресурсів підприємства дасть змогу забезпечити зростання достатку акціонерів (власників) підприємства як фундаментальної цілі фінансового менеджменту, що виявляється у підвищенні вартості підприємства.

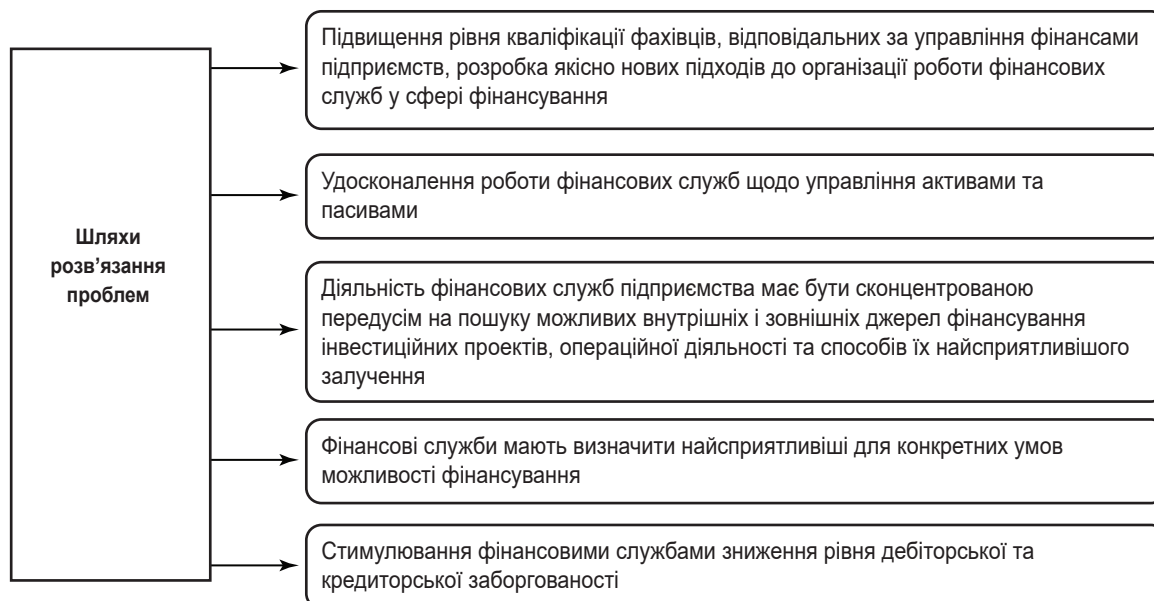


Рис. 2. Шляхи розв'язання проблем формування фінансових ресурсів підприємств

- Література:** **1.** Бланк И. А. Финансовый менеджмент : учебный курс. Киев : Эльга ; Ника-Центр, 2004. 656 с. **2.** Василик О. Д. Теорія фінансів : навч. посіб. Київ : НІОС, 2000. 416 с. **3.** Гудзь О. Є. Фінансові ресурси сільськогосподарських підприємств. Київ : ННЦ ІАЕ, 2007. 580 с. **4.** Дехтяр Н. А., Дейнека О. В. Основи функціонування фінансів державного сектора як складової фінансової системи України. *Вісник УАБС*. 2009. № 1. С. 24–29. **5.** Завгородній А. Г., Вознюк Г. Л., Смовженко Т. С. Фінансовий словник. Київ : Знання, 2000. 566 с. **6.** Кірейцев Г. Г. Фінансовий менеджмент : навч. посіб. Київ : Центр навч. літ., 2002. 496 с. **7.** Мішина С. В., Мішин О. Ю. Організаційно-економічний механізм управління фінансовими ресурсами на підприємстві. Харків : ХНЕУ, 2006. 176 с. **8.** Моляков Д. С. Финансы предприятий отраслей народного хозяйства : учебное пособие. М. : Финансы и статистика, 2000. 200 с. **9.** Опарін В. М. Фінансові ресурси та суспільний капітал. *Вісник Національного банку України*. 2001. № 7. 26–28 с. **10.** Поддєрьогін А. М., Білик М. Д., Буряк Л. Д. Фінансовий менеджмент : підручник / за ред. А. М. Поддєрьогіна. Київ : ХНЕУ, 2005. 536 с. **11.** Романенко О. Р. Фінанси : навч. посіб. Київ : Центр навч. літ., 2004. 312 с. **12.** Стасюк Г. А. Фінанси підприємств. Херсон : Олді-плюс, 2004. 480 с. **13.** Стойко О. Я., Дема Д. І. Фінанси / за ред. О. Я. Стойка. Київ : Алерта, 2014. 432 с. **14.** Юхименко П. І., Федосов В. М., Лазебник Л. Л. Теорія фінансів / за ред. В. М. Федосова, С. І. Юрія. Київ : Центр навч. літ., 2010. 576 с.

ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ МАРКЕТИНГУ ІННОВАЦІЙ У ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

УДК 658.657.424

Мамонова Д. А.

Магістрант 1 року навчання
факультету менеджменту і маркетингу ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. Досліджено взаємозв'язок понять «маркетинг» та «інновації». Проаналізовано роль маркетингу інновацій, а також його вплив на успішний розвиток підприємства. Конкретизовано групи факторів, які необхідно враховувати у процесі планування маркетингової діяльності.

Ключові слова: підприємство, організація, фінанси, інновації, маркетинг, маркетинг інновацій, ефективність, конкуренція, конкурентоспроможність.

Аннотация. Исследована взаимосвязь понятий «маркетинг» и «инновации». Проанализирована роль маркетинга инноваций, а также его влияние на развитие предприятия. Конкретизированы группы факторов, которые необходимо учитывать в процессе планирования маркетинговой деятельности.

Ключевые слова: предприятие, организация, финансы, инновации, маркетинг, маркетинг инноваций, эффективность, конкуренция, конкурентоспособность.

Annotation. The interrelation of the concepts «marketing» and «innovation» is investigated. Analyzed the role of marketing innovation, as well as its impact on the development of the enterprise. Concretized groups of factors that must be considered in the process of planning marketing activities.

Keywords: enterprise, organization, finance, innovation, marketing, innovation marketing, efficiency, competition, competitiveness.

За сучасних умов основними критеріями ефективного розвитку підприємства є якість і швидкість упровадження нових інформаційних систем із акцентом на максимальне задоволення споживацьких уподобань. Тому виникає потреба у використанні маркетингу інновацій, що є запорукою успіху діяльності суб'єктів господарювання, оскільки дає змогу виявляти і контролювати фактори, які визначають умови тривалого виживання і розвитку на основі інновацій на ринку. За сучасних умов розвитку вітчизняної промисловості особливу увагу маркетинг приділяє аналізу стратегії, у межах якої реалізуються інноваційні процеси підприємства.

Метою написання статті є аналіз взаємозв'язку маркетингу й інновацій у діяльності підприємства, а також впливу маркетингу інновацій на розвиток підприємства.

Дослідженням питань, що є пов'язаними із вивченням інноваційної діяльності та маркетингом інновацій, займалися і займаються вітчизняні та зарубіжні науковці, серед них Котлер Ф., Келлер К., Балабанова Л., Костіна О., Лужнова Н., Матковська Я., Палеева О. та ін.

Маркетинг відіграє одну з головних ролей у забезпеченні успіху ринкової діяльності підприємства-інноватора. Ця роль полягає у тому, що підприємство орієнтується на виробництво та збут, повніше, ніж у підприємств-конкурентів, задоволення потреб споживачів за застосування інновацій. Маркетинг впливає на формування та стимулювання попиту на абсолютно нові інноваційні товари або послуги, що є призначеними для задоволення потреб новим засобом. Зрозуміло, що ринкове супроводження інновацій (нових товарів, послуг і технологій) потребує нетрадиційних дій, напрямів, методів, тобто маркетингу інновацій як набору інструментів і засобів їх застосування.

Однією з основних умов упровадження інновацій є наявність ефективної системи маркетингу, що здійснює зв'язок підприємства з кінцевими споживачами для постійного виявлення нових вимог покупців до якості вироблених товарів і послуг. Котлер Ф. зазначав, що маркетинг як елемент філософії, з одного боку, і як комплексна система дій – з іншого має бути спрямованим у інноваційний розвиток промислових підприємств [6].

Науковці пропонують чимало підходів до визначення сутності поняття маркетингу інновацій. Зауважимо, що автори часто зміщують поняття маркетингу інновацій та інноваційного маркетингу. Маркетинг інновацій та інноваційний маркетинг характеризують як створення та використання інновацій у самому маркетингу, нові інструменти маркетингу [7]. Результати дослідження взаємозв'язку понять маркетингу та інновації подано в табл. 1 [1-5].

Результати дослідження взаємозв'язку понять маркетингу та інновації

№	Автор	Визначення	Ключові слова
1	Балабанова Л. [1]	Інноваційний маркетинг – принцип освіченого маркетингу, згідно із яким підприємство має постійно вносити реальні покращення у свою продукцію та маркетинг	Продукція, маркетинг
2	Костіна О. [2]	Інноваційний маркетинг як поняття є ширшим, ніж маркетинг інновацій, воно охоплює місію організації, філософію мислення, галузь наукових досліджень, стиль управління й поведіння	Інноваційний маркетинг, філософія ведення бізнесу
3	Кузнецова Н. [3]	Маркетинг інновацій є комплексною системою організації, управління й аналізу	Маркетинг інновацій, система
4	Матковська Я. [4]	Маркетинг інновацій є інструментом, що дає змогу виводити на ринок нові продукти	Маркетинг інновацій, інструмент, продукт
5	Пермічев Н., Палеева О. [5]	Маркетинг інновацій є філософією мислення, що дає змогу вибудувати ефективні маркетингові відносини між учасниками ринкової діяльності; механізмом, що дає змогу маркетологам підприємств реагувати на зміни зовнішнього середовища	Маркетинг інновацій, філософія мислення, механізм

Бачимо (табл. 1), що не існує єдиного визначення, яке б об'єднувало категорії «маркетинг» та «інновації», не існує єдиного визначення і для поняття «маркетинг інновацій».

Маркетингові інновації потрібні передусім для того, щоб задовольнити потреби споживача, є не лише товаром, а й технологією, що дає змогу здійснювати інноваційний маркетинг. Однак, яким би не був підхід, головною метою маркетингової інноваційної політики є ефективне впровадження продукту на ринок, максимальне задоволення потреб споживачів цього продукту (послуги) і підвищення його лояльності [8].

Отже, на підставі систематизації й узагальнення можна визначити маркетинг інновацій як певний тип виробничо-господарської діяльності, що є спрямованим на оптимізацію і контроль за інноваційною та виробничо-збутовою діяльністю підприємства. Основою маркетингу інновацій є інноваційний потенціал, інакше кажучи, ступінь готовності підприємства до реалізації інноваційних проектів.

При формуванні концепції інноваційної маркетингової діяльності підприємства слід урахувати:

- тенденції розвитку попиту та зовнішнього маркетингового середовища (попит на ринку, потреби споживачів, систему збуту товарів, правове регулювання тощо);
- стан та особливості конкурентної боротьби на ринку, напрями діяльності основних фірм-конкурентів;
- управлінські ресурси й потенціал підприємства, його сильні та слабкі сторони у конкурентній боротьбі;
- основні напрями розвитку підприємства, його глобальні цілі і тактичні завдання [1].

Щоб встигнути за швидкоплинними потребами ринку та максимально використовувати можливості, що відкриваються у зовнішньому середовищі, підприємствам потрібно постійно розробляти нові продукти, технології, удосконалювати відносини із навколишнім світом.

Таким чином, маркетинг інновацій слід розглядати як окремих вид маркетингу або певний напрям маркетингової діяльності, який, у свою чергу, потребує спеціальних інструментів, методів і прийомів. Будь-яка сучасна компанія має проводити різні заходи для впровадження маркетингу інновацій задля отримання прибутку та його збільшення, забезпечення умов тривалого виживання й розвитку на ринку. Напрямами подальших досліджень мають стати обґрунтування й удосконалення інструментарію маркетингу інновацій. Отримані результати можуть бути використані у практиці підприємств для розробки методик задля розв'язання управлінських проблем, стати теоретичним підґрунтям для подальших досліджень у сфері маркетингу інновацій.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Сігаєва Т. Є.

Література: 1. Балабанова Л. В., Холод В. В., Балабанова І. В. Маркетинг підприємства : підручник. Київ : Центр навч. літ., 2012. 612 с. 2. Костіна О. П. Маркетинг інновацій в промисловості. *Вестник ТИСБИ*. 2003. № 1. С. 47–54. 3. Кузнецова Н. В. Умовля інноваційного маркетингу при підготовці кадрів в розвитку промисловості республіки Татарстан. *Вестник ТИСБИ*. 2006. № 2. С. 25–27. 4. Матковская Я. Р. Коммерци-

ализация рыночных инноваций – парадигма инновационного маркетинга. *Вестник ОГУ*. 2014. № 12. С. 11–13. **5.** Пермичев Н. Ф., Барыков А. М., Палеева О. А. Управление инновационным потенциалом предприятия. Нижний Новгород : ВВАГС, 2008. 84 с. **6.** Котлер Ф., Келлер К. Маркетинг менеджмент : экспресс-курс / пер. с англ. СПб. : Питер, 2012. 810 с. **7.** Ілляшенко Н. С. Механізм управління підприємством на засадах інноваційного маркетингу. *Механізм регулювання економіки*. 2009. № 4. С. 42–47. **8.** Лужнова Н. В., Тарануха И. А. Покупательская лояльность потребителей розничной торговой сети. *Молодой ученый*. 2015. № 10. С. 712–717.

СУЧАСНІ УМОВИ РЕАЛІЗАЦІЇ ТРУДОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ УКРАЇНСЬКОГО ФРІЛАНСЕРА

УДК 005.336:004.738.5(477)

Манукян М. Е.

Студент 2 курсу
факультету міжнародних економічних відносин ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. Розглянуто сутність фрілансу як сучасної форми трудових відносин. Проаналізовано сучасний вітчизняний ринок фрілансу. Конкретизовано основні аспекти реалізації трудового потенціалу фрілансера. Виявлено позитивні та негативні особливості фрілансу, запропоновано шляхи поліпшення існуючого стану.

Ключові слова: фріланс, фрілансер, ринок праці, ринок фрілансу, інтернет-біржа.

Аннотация. Рассмотрена сущность фриланса как современной формы трудовых отношений. Проанализирован современный отечественный рынок фриланса. Конкретизированы основные аспекты реализации трудового потенциала фрилансера. Выявлены положительные и отрицательные особенности фриланса, предложены пути улучшения существующего положения.

Ключевые слова: фриланс, фрилансер, рынок труда, рынок фриланса, интернет-биржа.

Annotation. The essence of freelancing as a modern form of labor relations is considered. Analyzed the modern domestic market of freelancing. Concretized the main aspects of the implementation of the labor potential of a freelancer. Positive and negative features of freelancing are revealed, ways of improving the existing situation are proposed.

Keywords: freelance, freelancer, labor market, freelance market, Internet exchange.

Соціально-економічний розвиток держави та світу відбувається за умов глобалізації, що розширює свої межі через інформатизацію процесів діяльності людини та інтелектуалізацію праці. Нині людський капітал стає визначальним конкурентоспроможним фактором на ринку праці, формуючи соціальний та інтелектуальний капітал людини. Це сприяє появі нових видів застосування навичок і умінь для забезпечення гідного рівня життя. Особливого значення ці процеси набувають у кризовий період, коли відбувається скорочення робочих місць, до працівників висуваються завищені вимоги за невідповідної заробітної плати, працівники намагаються шукати самореалізацію в інших формах діяльності. Зростає частка форм дистанційної зайнятості, які притаманні зайнятості на засадах фрілансу, що є оптимальною можливістю реалізації трудового потенціалу працівника. Цими тенденціями зумовлено актуальність дослідження фрілансу як сучасної форми зайнятості.

Дослідженням цієї проблеми займалися і займаються Нілсес Д., Гордон Д., Тоффлер Е., Платман К., Букмен Б., Хаген Т., Назарова Г., Азьмук Н., Колот А., Кравчук О., Кузьмін О., Тумакова С. та ін.

Метою написання статті є оцінка сучасних умов реалізації трудового потенціалу українського фрілансера, визначення проблем, які виникають на шляху розвитку діяльності фрілансерів в Україні.

На сьогодні дистанційна робота має більше переваг, ніж робота на повний робочий день. Це пов'язано із тим, що доступ до Інтернету дає змогу працювати практично в будь-якому місці й у будь-який час. Можливість самостійно приймати рішення, коли і скільки часу працювати, дає змогу ефективніше використовувати свій час. Завдяки цьому зростає мобільність працівників. Через глобалізацію ринку праці фріланс стає ефективнішим способом боротьби з безробіттям в країні, оскільки фрілансери мають можливість співпрацювати із замовниками з усього світу.

Згідно із визначенням Кузьміна О., фрілансерами є незалежні висококваліфіковані працівники, які не перебувають у штаті організацій, а самостійно надають послуги замовникам із застосуванням інформаційно-комунікаційних технологій, без укладання довгострокового трудового договору [1]. Це ще раз засвідчує, що за сучасних умов працівник стає головною конкурентною перевагою підприємства у реалізації проектів та інтелектуалізації виробничого процесу. Унікальні знання працівника належать до основних засобів виробництва [1].

Стебков Д. визначає особливу відмінність фрілансера як людини, яка виконує роботу без укладання довготермінового договору з роботодавцем, позаштатного працівника [3].

Ринок фрілансу в Україні розпочав свій розвиток у 2006 р., надалі кількість фрілансерів лише зростає. Особливим для ринку фрілансу України став 2016 р. У позитивну сторону ринок хитнуло прийняття і підписання закону, який скасував адміністративні бар'єри для експорту послуг і дуже спростив легальну процедуру ведення бізнесу для фріланс-підприємців. У 2017 р. кількість зареєстрованих у цій сфері досягла 190 тисяч осіб, з яких 25 % фрілансерів активно працюють і заробляють. Динаміку кількості працюючих фрілансерів за 2013–2017 рр. подано на рис. 1 [4; 6].

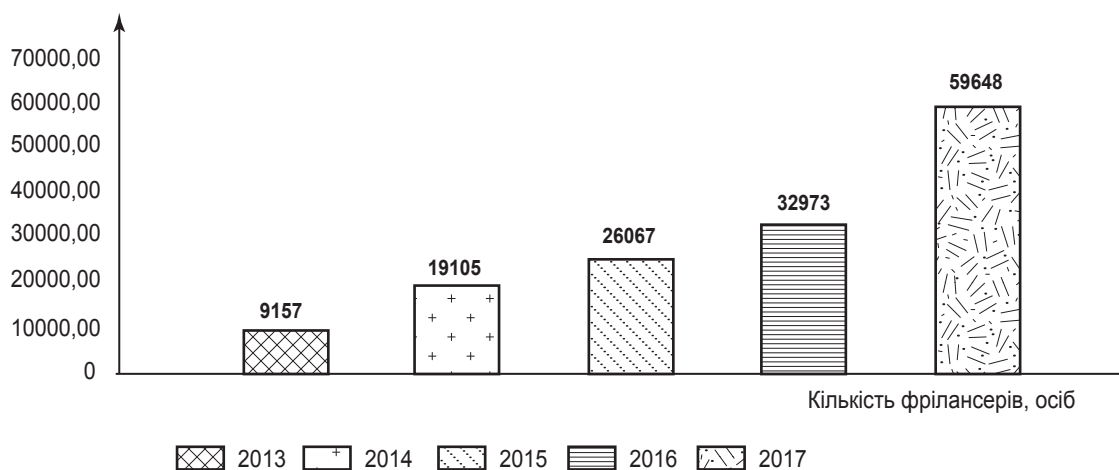


Рис. 1. Динаміка кількості працюючих фрілансерів

Фрілансери переважно працюють удома й шукають замовників через спеціалізовані інтернет-біржі праці й соціальні мережі. Завжди слід шукати платформи для віддаленої роботи, які уважно стежать за дотриманням правил роботи і захищають права всіх користувачів. До таких інтернет-бірж належать Frelance.ua, Freelancehunt.com та Proffstore.com. Важливо, щоб інтернет-біржі надавали можливості для зниження ризиків взаємодії фрілансера і замовника [4].

Щороку середній вік фрілансерів знижується, оскільки чимало молодих людей обирають цей вид діяльності, щоб мати вільний графік роботи і залежати тільки від себе. По країні середній вік становить 26 років. За останні п'ять років ринок не просто швидко зростає – він змінився і стрімко злетів: у 2013–2017 рр. фрілансери заробили 262 млн дол. [4].

Доходи на ринку фрілансу залежно від віку подано на рис. 2 [6].

За рівнем доходів фрілансерів Україні належить четверте місце у рейтингу країн. Розмір матеріальної винагороди зазвичай розглядають як найважливіший фактор, що мотивує трудову діяльність людини. У 2017 р. українські фрілансери отримували заробітну плату в середньому 19 дол. за годину [5]. При цьому фрілансери віком від 60 років отримують майже на 60 % більше, ніж менш досвідчені двадцятирічні колеги [6].

Фрілансери прагнуть максимально збільшити свій соціальний капітал, напрацювати добру репутацію: як правило, саме від цього залежать кількість і якість замовлень, що до них надходять. Якщо розглядати ринок робочої сили, то найзатребуванішими є програмісти, робітники та інженери. Але для фрілансу розклад трохи інший. На послуги фрілансерів сформувався такий попит: веб-програмування – 36 %, робота з текстами – 19,8 %, дизайн – 19,5 %, просування та реклама – 9,1 %, бізнес-консультування – 2,3 %, переклади – 2,1 %, мобільні додатки – 1,5 %, інші – 1,8 %.

робота з аудіо та відео – 1,4 % і робота з фото – 1,2 % [6].

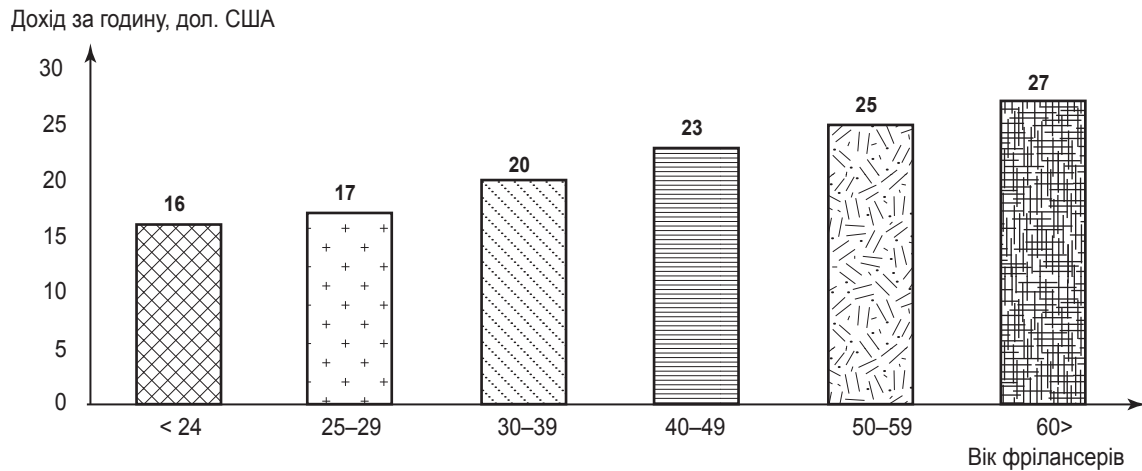


Рис. 2. Доходи на ринку фрілансу залежно від віку

Розглянемо переваги й недоліки фрілансу як особливої форми зайнятості. Практично всі переваги фрілансу є пов'язаними із самостійним прийняттям рішення щодо режиму роботи, наявністю гнучкого графіка і можливості працювати вдома. Однак, у кожній медалі дві сторони, недоліки незалежної зайнятості є зворотною стороною її переваг. Головними проблемами є високі ризики нестабільності і непередбачуваності майбутніх доходів; ймовірність, що замовник може вдатися до обману. Пошук нових проектів також є нагальною проблемою, що не дивно за умов переповненого висококонкурентного ринку [4]. Проблемою є і те, що в Україні питання дистанційної зайнятості на державному рівні не підтримується [2].

Для усунення недоліків цієї форми зайнятості фрілансерам слід при веденні переговорів із роботодавцем обов'язково укласти договір; за наявності достатнього досвіду роботи віддавати перевагу довгостроковим контрактам, що забезпечать безперервний потік роботи. Важливими є також побудова національної інфраструктури й упровадження державних систем поширення інформації.

Таким чином, кількість фрілансерів дедалі зростає як в Україні, так і в усьому світі. Оскільки фріланс як форму зайнятості не закріплено на державному рівні, це заважає його ефективнішому розвитку в країні. Незважаючи на це, усе більше організацій на тимчасовій основі залучають фрілансерів до виконання певних проектів. За умов мінливого зовнішнього середовища і зростання гнучкості ринку праці, що вимагає збільшення мобільності висококваліфікованих кадрів, це є вигідним рішенням для обох сторін. Якщо поставити на переваги цієї форми зайнятості й максимально усунути недоліки, фрілансери отримають стабільніший дохід і впевненість у майбутньому. Тому важливо надалі глибше досліджувати ці аспекти й розвивати сучасний вітчизняний ринок фрілансу.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Касьмін Д. С.

Література: 1. Кузьмін О. Є., Солярчук Н. Ю. Фріланс та загальна характеристика фрілансера. *Науковий вісник НЛТУ України*. 2012. № 22. С. 375–380. 2. Назарова Г. В., Касьмін Д. С. Особливості функціонування ринку праці молоді в інституціональному середовищі. *Бізнес Інформ*. 2016. № 4. С. 131–137. 3. Стребков Д. О., Шевчук А. В. Фрілансери в інформаційній економіці: як росіяне освоюють нові форми організації труда і занятості. М. : Высшая школа экономики, 2009. 76 с. 4. Как изменился фриланс в Украине за пять лет: конкуренция, специальности, рейтинги. URL: <https://ain.ua/2017/03/22/kak-izmenilsya-frilans-v-ukraine-za-5-let-konkurenciya-specialnosti-rejty>. 5. Вовчук О. Гид по международному рынку фриланса. URL: <http://shevchenko.co/blog/?go=all/gid-po-mezhdunarodnomu-ryнку-frilansa>. 6. Статистика по рынку фриланса в регионах Украины : инфографика. URL: <https://itc.ua/news/statistika-po-ryнку-frilansa-v-regionah-ukrainyi>.

СУТНІСТЬ ПОНЯТТЯ ЗБУТОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

УДК 658.8

Марченко С. Ю.

Магістрант 1 року навчання
факультету менеджменту і маркетингу ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. Досліджено підходи до визначення сутності поняття «збутова діяльність». На підставі систематизації й узагальнення запропоновано уточнене визначення поняття. Розглянуто основні складові та цілі збутової діяльності. Деталізовано особливості її розробки й обґрунтування, а також один із механізмів формування.

Ключові слова: підприємство, організація, виробництво, суб'єкт господарювання, фінанси, збут, збутова діяльність, збутова політика.

Аннотация. Исследованы подходы к определению сущности понятия «сбытовая деятельность». На основании систематизации и обобщения предложено уточненное определение понятия. Рассмотрены основные составляющие и цели сбытовой деятельности. Детализированы особенности ее разработки и обоснования, а также один из механизмов формирования.

Ключевые слова: предприятие, организация, производство, субъект хозяйствования, финансы, сбыт, сбытовая деятельность, сбытовая политика.

Annotation. The approaches to the definition of the essence of the concept «sales activity» are investigated. Based on the systematization and generalization of the proposed clarified definition of the concept. The main components and objectives of sales activities are considered. The features of its development and justification are detailed, as well as one of the mechanisms for the formation.

Keywords: enterprise, organization, production, business entity, finance, sales, sales activity, marketing policy.

Для сучасної економіки характерним є те, що місце виробництва й місце споживання і використання продукту не співпадають у часі та не слідує безпосередньо один за одним. Для розв'язання проблем, що виникають унаслідок цього, використовується система збуту товарів, яка потребує значних витрат коштів. Інколи витрати на розподіл і збут перевищують половину роздрібною вартості товару. Система збуту товарів є ключовою ланкою маркетингу, фінішним комплексом усієї діяльності промислового підприємства зі створення, виробництва та реалізації товару споживачу. Функціонування ринку неможливо уявити без наявності збутових мереж, які найбільше намагаються наблизитися до покупця.

Дослідженням проблем теоретичного обґрунтування збутової діяльності промислового підприємства займалися й займаються Бетс Г., Уільямс С., Брайндлі Б., Соколова М., Маслово Т., Божук В., Балабанова Л., Бурцев В., Годін О., Крилова, Г., Жигуліна А., Балабанець А., Надтока Т. та ін.

Метою написання статті є уточнення сутності поняття збутової діяльності підприємства на підставі визначення її особливостей і складових.

Теоретичні підходи до визначення сутності поняття збутової діяльності різними науковцями подано в табл. 1 [1; 3–7].

Таблиця 1

Морфологічний аналіз сутності поняття збутової діяльності

Автор	Поняття
1	2
Балабанова Л. [1]	Збутова діяльність – сукупність взаємопов'язаних елементів, спрямованих на задоволення потреб споживачів шляхом оптимального використання збутового потенціалу підприємства
Маслова Т. [6]	Збутова діяльність – поведінкова філософія або загальні принципи діяльності, яких фірма прагне дотримуватися у сфері побудови каналів розподілу свого товару
Годін О. [4]	Збутова діяльність – організація процесу поетапного руху товарів
Крилова Г. [5]	Діяльність, спрямована на створення системи розподілу товарів, що забезпечує доступність продукту для цільових споживачів

1	2
Наумов В. [3]	Збутова діяльність – система рішень, що приймаються продавцем задля реалізації обраних стратегій та отримання найбільшого ефекту від збуту товарів
Надтока Т. [7]	Збутова діяльність – комплекс принципів, методів і заходів, що використовуються керівництвом для організації та управління збутовою діяльністю підприємства задля забезпечення ефективних продажів товарів у межах визначених цільових ринків

На сучасному етапі розвитку економічної науки існують чимало визначень сутності поняття збутової діяльності. Балабанова Л. розглядає збутову діяльність як сукупність взаємопов'язаних елементів, спрямованих на задоволення потреб споживачів шляхом оптимального використання збутового потенціалу підприємства та забезпечення на цій підставі ефективності продажів [1]. Науковець Маслова Т. вважає, що збутова діяльність є поведінковою філософією або загальними принципами діяльності, яких фірма прагне дотримуватися у сфері побудови каналів розподілу свого товару та переміщення товарів у часі та просторі [6].

На думку Годіна О., збутова діяльність – це організація процесу поетапного руху товарів [4]. Як зазначає Крилова Г., збутовою є діяльність, спрямована на створення системи розподілу товарів, що забезпечує доступність продукту для цільових споживачів [5]. Бетс Г., Брайндлі Б. та Уільямс С. розглядають збутову діяльність як процес просування та збуту роздрібним торговцем у своєму магазині певних товарів, для чого, як правило, використовуються відповідне розкладання, що спонукає до імпульсних покупок, безплатна роздача зразків і подарунків, а також тимчасове зниження цін [2].

Наумов В. вважає, що збутова діяльність – це система рішень, які продавець приймає задля реалізації обраних стратегій та отримання найбільшого ефекту від збуту товарів. Бурцев В. під збутовою діяльністю підприємства розуміє обрану керівництвом підприємства єдність стратегій збуту, маркетингу (позиціонування товару, стратегії охоплення ринку) та комплексу заходів із формування асортименту та попиту на продукцію, а також ціноутворення, обслуговування покупців, комерційне кредитування, знижки, формалізація договорів збуту (постачання) товарів, розподіл товару та інші аспекти збуту [3].

Надтока Т. розглядає збутову діяльність як комплекс принципів, методів і заходів, використовуваних керівництвом для організації й управління збутовою діяльністю підприємства задля забезпечення ефективних продажів товарів у межах визначених цільових ринків [7].

Узагальнення запропонованих науковцями визначень поняття збутової діяльності дає підстави стверджувати, що воно є досить широким. До нього належать як сукупність елементів збутової діяльності, так і комплекс заходів щодо формування асортименту, попиту на продукцію, а також ціноутворення й обслуговування покупців. Але важливо відрізнити збутову діяльність від маркетингової.

У широкому розумінні збутова діяльність є як процесом розподілу виробленої підприємством продукції, так і процесом післяпродажного обслуговування. Маркетингова діяльність, у свою чергу, охоплює як функції збутової діяльності, так і процес заохочення покупців до придбання товару, а також процес створення товарів і послуг із орієнтацією на потреби споживачів. Слід мати на увазі, що маркетингова діяльність є ширшою за збутову [3].

Діяльність підприємства у сфері збуту має бути підпорядкованою певним цілям. Вона повинна забезпечувати доставку вироблених товарів у необхідній кількості у таке місце та у такий час, які найбільше задовольняють споживачів. Також діяльність підприємства у сфері збуту має сприяти залученню уваги споживачів до продукції підприємства.

Основними цілями збутової політики є:

- досягнення визначеної частки товарообігу;
- захоплення визначеної частки ринку;
- визначення глибини розподілу;
- мінімізація витрат на розподіл [4].

Збутова діяльність є точним аналізом впливу рішень, що приймаються, на кожній наступній стадії руху товарної маси від виробництва до споживання. Ці завдання ускладнюються через безперервні зміни ринкової ситуації під впливом зростаючих вимог споживачів до асортименту та якості товарів, упровадження досягнень науково-технічного прогресу та ін. Головним змістом збутової діяльності є вибір оптимальної схеми доставки продукції від виробника до споживача, її фізичний розподіл, а також післяпродажне обслуговування.

До розробки й обґрунтування збутової діяльності належать:

- вибір:
 - цільового ринку або його сегментів;
 - систем збуту та визначення необхідних фінансових витрат;

- каналів і методів збуту;
- способу виходу на ринок;
- часу виходу на ринок;
- визначення:
- системи руху товарів і витрат на доставку товарів споживачу;
- форм і методів стимулюванню збуту та необхідних для цього витрат [7].

Основними елементами збутової діяльності підприємства є:

- транспортування продукції: її фізичне переміщення від виробника до споживача;
- доробка продукції: підбір, сортування, складання готового виробу, що підвищує ступінь доступності та готовності продукції до споживання;
- зберігання продукції: організація створення та підтримки необхідних підприємству запасів.
- контакти зі споживачами: дії щодо фізичної передачі товару, оформлення замовлень, організації платіжно-розрахункових операцій, юридичного оформлення передачі прав власності на товар, інформування споживачів про товар і підприємство, а також збору інформації про ринок [7].

Розмаїття існуючих підходів до визначення поняття збутової діяльності підприємства вимагає його уточнення задля поєднання у ньому складових збутової діяльності та її особливостей. На підставі систематизації й узагальнення визначатимемо збутову діяльність як взаємопов'язану сукупність усіх елементів збутової політики, спрямованих на задоволення потреб споживачів та забезпечення ефективності збуту, а саме збутових і маркетингових стратегій, комплексів заходів щодо формування асортименту, попиту та цін, а також обслуговування, кредитування, знижок, розподілу товару та інших аспектів збуту.

Таким чином, на підставі аналізу наукових досліджень сучасних науковців запропоновано точніше визначення поняття збутової діяльності підприємства, що найповніше розкриває її сутність та особливості.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Немашкало К. Р.

Література: 1. Балабанова Л. В., Митрохіна Ю. П. Управління збутовою політикою : навч. посіб. Київ : Центр навч. літ., 2011. 240 с. 2. Бетс Г., Брайндли Б., Уильямс С. Толковий словарь. М. : Инфра-М, 1998. 3500 с. 3. Бурцев В. В. Совершенствование системы управления сбытом продукции. *Маркетинг в России и за рубежом*. 2002. № 6. С. 26–32. 4. Годин А. М. Маркетинг : учебник. М. : Дашков и К°, 2006. 604 с. 5. Крылова Г. Д. Маркетинг. Теория и 86 ситуаций : учебное пособие. М. : Юнити-Дана, 1999. 520 с. 6. Маслова Т. Д., Божук С. Г., Ковалик Л. Н. Маркетинг. СПб. : Питер, 2003. 400 с. 7. Надтока Т. Б., Жигуліна А. Ю. Удосконалення збутової політики підприємства коксохімічної промисловості в умовах вступу до СОТ на основі соціального підходу. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2009. № 5. С. 98–102.

МЕТОДИЧНИЙ ПІДХІД ДО ФОРМУВАННЯ ФІНАНСОВОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА

УДК 658.14/.17

Махоріна Ю. М.

Магістрант 1 року навчання
фінансового факультету ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. Досліджено сутність фінансової стратегії та її місце у загальному баченні розвитку підприємства. Визначено основні етапи розробки фінансової стратегії. На прикладі ТОВ «Агродженерейшн» розглянуто практичне застосування методу визначення стратегічного позиціонування підприємства – матриці Франшиона–Романе.

Ключові слова: підприємство, організація, фінанси, планування, стратегія, фінансова стратегія, матриця Франшиона–Романе, стратегічне позиціонування.

Аннотация. Исследованы сущность финансовой стратегии и место ее в общем видении развития предприятия. Определены основные этапы разработки финансовой стратегии. На примере ООО «Агродженерейшн» рассмотрено практическое применение метода определения стратегического позиционирования предприятия – матрицы Франшиона–Романе.

Ключевые слова: предприятие, организация, финансы, планирование, стратегия, финансовая стратегия, матрица Франшиона–Романе, стратегическое позиционирование.

Annotation. The essence of the financial strategy and its place in the general vision of the development of the enterprise are investigated. Identified the main stages of the development of financial strategy. Using the example of Agrogenesis LLC, the practical application of the method of determining the strategic positioning of an enterprise – the Franchona–Romane matrix is considered.

Keywords: enterprise, organization, finance, planning, strategy, financial strategy, Franchona–Romane matrix, strategic positioning.

Сучасний економічний стан є дуже нестабільним, розвиток ринку динамічним і стрімким, а конкуренція – жорсткою. Будь-яке підприємство задля успішного функціонування має вміти передбачати можливі зміни на ринку та бути здатним швидко до них пристосовуватися. Основним завданням для керівників є розробка бачення підприємства, довгострокових цілей і стратегії. Від того, наскільки якісно збудовано стратегію, залежатиме ефективність і правильність прийняття управлінських рішень, отже, і успішний майбутній розвиток фірми.

Важливість визначення стратегії підприємства давно усвідомлена науковцями, менеджерами й економістами. Дослідженням цієї тематики займалися Томпсон А. А., Стрікленд А. Д., Чандлер А. М., Боумен К. С., Дойль П. Ф., Ансофф І. Г., Бланк І. О., Ареф'єва О. В., Забродська Л. Д. та ін. Однак, незважаючи на наявність численних теоретичних розробок, на сьогодні питання формування стратегії містять чимало суперечливих аспектів.

Аналіз тлумачень поняття стратегії зарубіжними та вітчизняними науковцями дає підстави виокремити напрями його визначення:

- системна концепція розвитку та діяльності фірми, яка визначає, обґрунтовано пов'язує і спрямовує її розвиток на перспективу;
- комплекс підходів, рішень і заходів управління у процесі реалізації довготермінових планів фірми;
- довготерміновий план, сценарій найефективнішого розподілу ресурсів задля досягнення окресленої мети;
- модель (сценарій) дій, набір правил і прийомів, за допомогою яких досягаються довгострокові цілі розвитку фірми [1–10].

Отже, можна сказати, що стратегію підприємства визначають як певного типу план, перспективні орієнтири діяльності (напрями бізнесу) та шляхи розвитку підприємства на підставі оцінювання її потенційних можливостей і прогнозування змін (розвитку) зовнішнього середовища її існування [5].

При цьому загальна корпоративна стратегія охоплює функціональні стратегії, серед яких особливе місце посідає фінансова (рис. 1) [5].

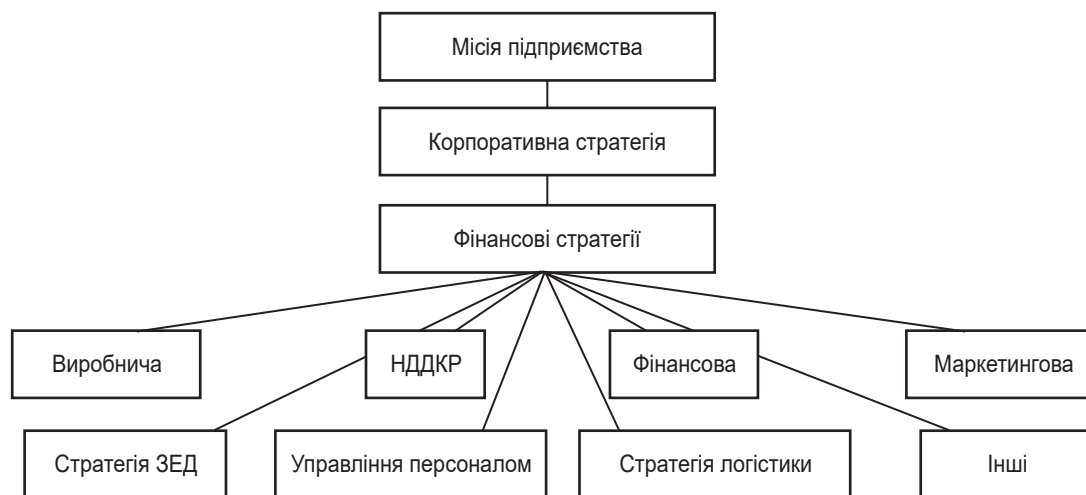


Рис. 1. Місце фінансової стратегії у стратегічному наборі підприємства

Цільова орієнтація підприємства визначає спрямованість і специфіку фінансової діяльності. Якщо загальним напрямком діяльності є обраний розвиток, особливу увагу слід звернути на фінансування нових об'єктів та отримання високого прибутку для забезпечення інвестиційних процесів, спрямованих на досягнення або підтримку позицій лідера (конкурентних переваг). Якщо показники фінансового становища свідчать про вірогідне банкрутство, а підприємство прагне до виживання, необхідно зосередитися на збереженні припустимого рівня ліквідності та платоспроможності [8].

Фінансову стратегію розробляють у формі фінансової програми розвитку та конкретизують у фінансовому плані (бюджеті) організації з урахуванням необхідних змін у структурі капіталу та фондів для досягнення розроблених стратегій зростання й підвищення конкурентних переваг підприємства [1].

За своєю сутністю стратегія є тісно пов'язаною із попередженням виникнення можливих ризиків. Фінансова стратегія має враховувати ризики неплатежів, інфляційних коливань, фінансової кризи, коливань курсу валют.

Метою, на досягнення якої спрямована фінансова стратегія, є максимізація ринкової вартості підприємства та підвищення рівня добробуту його власників [9].

Система фінансових цілей має забезпечувати:

- формування достатнього обсягу власних фінансових ресурсів і високу рентабельність використання власного капіталу;
- оптимізацію структури активів і оборотного капіталу;
- установлення прийнятного рівня фінансових ризиків у процесі виробничо-господарської діяльності підприємства у довготерміновому періоді [1].

Формування фінансової стратегії здійснюється у кілька етапів:

- визначення місії та цілей формування фінансової стратегії підприємства;
- розробка фінансової стратегії, що передбачає аналіз зовнішнього і внутрішнього середовища, проведення SWOT-аналізу, комплексного аналізу фінансового стану підприємства, розробку цільових стратегічних нормативів фінансової діяльності, прийняття основних стратегічних фінансових рішень;
- реалізація фінансової стратегії;
- контроль реалізації фінансової стратегії та її коригування [3].

Особливу увагу слід приділити етапу оцінки поточного положення підприємства, аби об'єктивно визначити його можливості. Аналіз багатьох публікацій свідчить, що широкого застосування набув матричний метод оцінки, оскільки він дає змогу створювати справжній і майбутній бажаний образ організації.

На сьогодні найпопулярнішим є підхід до побудови матриці, розроблений Франшоном Ж. і Романе І. Вони пропонують на підставі визначення показників РГД (результати господарської діяльності), РФД (результати фінансової діяльності) та РФГД (результати фінансово-господарської діяльності) побудувати матрицю фінансових стратегій фірми із розподілом на дев'ять квадрантів. Кожен квадрант відображає поточний фінансовий стан підприємства, а перехід підприємства з одного квадранту до іншого означає вибір певної стратегії (табл. 1) [6].

Відповідно до матриці виділяють дев'ять типів фінансової стратегії, які розподіляють на три основні групи:

- квадрати 1; 2; 3 (за діагоналлю) – зона рівноваги, для якої характерними є посередні результати діяльності підприємства;

– квадрати 4; 5; 6 (правий кут над діагоналлю) – зона успіхів, для якої характерним є притік грошових коштів хоча б від одного з видів діяльності;

– квадрати 7; 8; 9 (лівий кут під діагоналлю) – зона дефіциту, для якої характерним є відтік грошових коштів хоча б від одного з видів діяльності підприємства [8].

Таблиця 1

Матриця фінансових стратегій

Показники	РФД < 0	РФД → 0	РФД > 0
РГД > 0	1. Батько-сімейства	4. Рантьє	6. Материнське товариство
РГД → 0	7. Епізодичний дефіцит	2. Стійка рівновага	5. Атака
РГД < 0	9. Кризовий стан	8. Дилема	3. Хитка рівновага

Результат господарської діяльності розраховують за формулою:

$$РГД = БР - \Delta ФЕП - \Delta ОФ + ІД, \quad (1)$$

де *БР* – бруто-результат від експлуатації інвестицій;

$\Delta ФЕП$ – зміна фінансово-експлуатаційних потреб;

$\Delta ОФ$ – зміна первісної вартості основних фондів за звітний період

ІД – інші доходи [6].

Результат фінансової діяльності розраховують за формулою:

$$РФД = \Delta ПК - Вф - ПП - Д + Дук - Вук - ФІд + Дф, \quad (2)$$

де $\Delta ПК$ – зміна позикового капіталу за звітний період;

Вф – фінансові витрати;

ПП – податок на прибуток від звичайної діяльності;

Д – виплачені дивіденди;

Дук – дохід від участі в капіталі;

Вук – втрати від участі в капіталі та інші витрати;

ФІд – довгострокові фінансові інвестиції;

Дф – інші фінансові доходи [4].

Результат фінансово-господарської діяльності розраховують за формулою:

$$РФГД = РГД + РФД, \quad (3)$$

де *РГД* – результат господарської діяльності;

РФД – результат фінансової діяльності [4].

Розглянемо застосування матриці Франшона-Романе на прикладі результатів діяльності за останні три роки ТОВ «Агродженерейшн» – підприємства сільськогосподарської галузі господарювання. Результати розрахунків подано в табл. 2 [4; 6].

Таблиця 2

Результати господарської та фінансової діяльності ТОВ «Агродженерейшн», 2014–2016 рр.

Показник	2014	2015	2016
РГД	-5351	91599	79713
РФД	11516	-38868	-7544
РФГД	6165	52731	72169

За результатами розрахунків можна визначити, що у 2014 р. позицією підприємства була «Хитка рівновага», що характеризується збереженням платоспроможності лише за рахунок нарощування заборгованості, однак, існують передумови для виникнення кризи, оскільки недостатньо власних джерел фінансування.



У 2015 р. підприємство перейшло у квадрант «Батько сімейства». Така динаміка є зумовленою збільшенням вартості виробленої продукції та незавершеного виробництва, що позначилося на збільшенні показника результату господарської діяльності. Можна дійти висновку, що господарська діяльність була ефективною, у підприємства з'явилися умови для самофінансування та розвитку, зменшився обсяг заборгованості за рахунок позитивного фінансового результату від господарської діяльності [4; 6].

У 2016 р. підприємство потрапляє до квадранта 4 «Рантьє». Таке позиціонування означає, що існують вільні кошти для здійснення проектів при використанні позикового капіталу. При цьому можливості утворення вільних фінансових ресурсів цілком залежать від подальшої економічної прибутковості діяльності. Підприємство має змогу фінансувати соціальні витрати або диверсифікувати розміщення капіталу (наприклад, шляхом фінансових інвестицій). Подальші перспективи розвитку підприємства за ефективного інвестування вільних власних коштів є цілком позитивними. Однак, можливий варіант організації структури капіталу, спрямованої на використання ефекту фінансового важеля, тобто нарощення обсягу позикових коштів для розширення діяльності. Вибір структури фінансування залежатиме від рівня та динаміки економічної прибутковості [6; 8].

Таким чином, на підставі проведеного аналізу як перспективний напрямок розвитку ТОВ «Агродженерейшн» можна визначити перехід до квадранта 6, що являє найбільший комерційний і фінансовий успіх ($РГД > 0$, $РФД > 0$, $РГФД > 0$). Це позиціонування дозволяє підприємству фінансувати не лише виробничі потреби, а навіть створення дочірніх підприємств, що сприяє залученню додаткових кредитів; підприємство матиме всі умови для подальшого ефективного розвитку. Однак, важливо постійно стежити за динамікою прибутковості та вартості позикового капіталу для збереження досягнутого стану.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Полтініна О. П.

Література: 1. Ансофф И. Г. Стратегический менеджмент. СПб. : Питер, 2009. 342 с. 2. Баринов В. А., Харченко В. Л. Стратегический менеджмент : учебное пособие. М. : Инфра-М, 2016. 272 с. 3. Бланк И. А. Основы финансового менеджмента. М. : Омега-Л, 2012. 622 с. 4. Бойченко Н. В., Ілляшенко О. В. Сутність та місце фінансової стратегії в системі управління підприємством. *Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг*. 2012. № 1 (15). С. 151–158. 5. Бурак О. М. Конспект лекцій з дисципліни «Стратегія підприємства» (для студентів 4 курсу денної форми навчання і 5 курсу заочної форми навчання напряму підготовки 6.030504 «Економіка підприємства»). Харків : ХНАМГ, 2011. 60 с. 6. Дорофеев М. Л. Особенности применения матрицы финансовых стратегий Франсона и Романа в стратегическом финансовом анализе компании. *Финансы и кредит*. 2009. № 23. С. 51–56. 7. Мороз О. В., Сметанюк О. А. Фінансова діагностика у системі антикризового управління на підприємствах : монографія. Вінниця : УНІВЕРСУМ-Вінниця, 2006. 168 с. 8. Путятин Ю. А., Пушкарь А. И., Тридед А. Н. Финансовые механизмы стратегического управления развитием предприятия : монография. Харьков : Основа, 199. 488 с. 9. Шелудько В. М. Фінансовий менеджмент : підручник. Київ : Знання, 2013. 376 с. 10. Щербань О. Методичний підхід до розробки фінансової стратегії підприємства. *Економічний аналіз*. 2013. № 12. С. 161–165.



ОЦІНКА РИЗИКУ БАНКРУТСТВА ПІДПРИЄМСТВА ІЗ ЗАСТОСУВАННЯМ ДИСКРИМІНАНТНИХ МОДЕЛЕЙ

УДК 519.22/.25:005.334.4

Мироненко М. В.

Студент 4 курсу
фінансового факультету ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. Проведено оцінку ймовірності банкрутства підприємства ТОВ «ТК Союз» із застосуванням дискримінантних моделей, розроблених вітчизняними науковцями. Розраховано інтегральні показники та їх складові. Визначено рівень ймовірності банкрутства досліджуваного підприємства в динаміці.

Ключові слова: підприємство, організація, фінанси, дискримінантні моделі, інтегральний показник, банкрутство.

Аннотация. Проведена оценка вероятности банкротства предприятия ООО «ТК Союз» с применением дискриминантных моделей, разработанных отечественными учеными. Рассчитаны интегральные показатели и их составляющие. Определен уровень вероятности банкротства исследуемого предприятия в динамике.

Ключевые слова: предприятие, организация, финансы, дискриминантные модели, интегральный показатель, банкротство.

Annotation. The probability of bankruptcy of the company TK Soyuz LLC was assessed using discriminant models developed by domestic scientists. The integrated indicators and their components are calculated. The level of probability of bankruptcy of the investigated company in the dynamics.

Keywords: enterprise, organization, finance, discriminant models, integral indicator, bankruptcy.

Нині проблема банкрутства для вітчизняних підприємств є надзвичайно актуальною. За умов економічної нестабільності, невизначеності зовнішнього середовища та дії інших негативних факторів виникають фінансові ризики, що можуть спричинити фінансові втрати у вигляді часткової або повної втрати майна, що є ознакою банкрутства. Достовірна й своєчасна ідентифікація негативних факторів впливу на фінансово-господарську діяльність є запорукою уникнення банкрутства підприємства.

Для фінансової діагностики банкрутства підприємства на ранній стадії використовують дискримінантний аналіз, що передбачає аналіз співвідношення фінансових коефіцієнтів, побудову дискримінантної функції та розрахунок інтегрального показника [2].

Дослідженням питань діагностики ймовірності банкрутства займалися зарубіжні науковці Альтман Е., Ліс Д., Спрінгейт Г., Таффлер Є., а також вітчизняні науковці Базилінська О., О. Терещенко О., Матвійчук А. Однак, незважаючи на наявність численних теоретичних розробок, мінливими умовами сучасного економічного життя зумовлено необхідність детальнішого розгляду цього питання.

Зауважимо, що напрацювання зарубіжних науковців не враховують галузеву специфіку діяльності вітчизняних підприємств, особливості функціонування та тенденції розвитку економіки в Україні. Вітчизняні моделі побудовані на статистичних даних вітчизняних підприємств різних галузей економіки, тому для оцінки ризику банкрутства підприємства доцільно використовувати саме їх.

Метою написання статті є оцінка ризику банкрутства ТОВ «ТК Союз» із застосуванням вітчизняних дискримінантних моделей.

Модель Матвійчука А. В. є однією з найпопулярніших моделей оцінки ймовірності банкрутства вітчизняних підприємств. Її розроблено з урахуванням специфіки функціонування економічних суб'єктів за умов економіки перехідного періоду [2].

Проведемо розрахунок інтегрального показника для ТОВ «ТК Союз» за моделлю Матвійчука А. В. (табл. 1) [2].

Отже, у результаті проведених розрахунків отримано значення Z , яке перевищує 1,104 (2015 р. – 5,56; 2016 р. – 6,53; 2017 р. – 7,09), що свідчить про задовільний фінансовий стан підприємства та низьку ймовірність банкрутства.

Дискримінантна модель Терещенка О. О. містить десять показників і враховує диференціацію підприємств за галузями. Згідно із Класифікацією видів економічної діяльності ДК009:2010 ТОВ «ТК Союз» належить до під-

приємств, що займаються іншими видами гуртової торгівлі. Критерії оцінювання ймовірності банкрутства підприємства подано у табл. 2 [3].

Таблиця 1

Розрахунок інтегрального показника за моделлю Матвійчука А. В.

Показник	Розрахунок	Значення за роками		
		2015	2016	2017
X_1 – коефіцієнт мобільності активів	Оборотні активи / Необоротні активи	53,15	52,88	43,68
X_2 – коефіцієнт оборотності кредиторської заборгованості	Чистий дохід від реалізації / Поточні зобов'язання	7,13	7,81	8,59
X_3 – коефіцієнт оборотності власного капіталу	Чистий дохід від реалізації / Власний капітал	39,56	58,13	72,91
X_4 – коефіцієнт окупності активів	Баланс / Чистий дохід від реалізації	0,17	0,15	0,13
X_5 – коефіцієнт забезпеченості власними оборотними засобами	(Оборотні активи – Поточні зобов'язання) / Оборотні активи	0,14	0,10	0,08
X_6 – коефіцієнт концентрації залученого капіталу	(Довгострокові зобов'язання + Поточні зобов'язання) / Баланс	0,85	0,88	0,89
X_7 – коефіцієнт покриття боргів власним капіталом	Власний капітал / (Довгострокові зобов'язання + Поточні зобов'язання)	0,18	0,13	0,12
Z	$0,033 \times X_1 + 0,268 \times X_2 + 0,045 \times X_3 - 0,018 \times X_4 - 0,004 \times X_5 - 0,015 \times X_6 + 0,702 \times X_7$	5,56	6,53	7,09

Таблиця 2

Критерії оцінювання ймовірності банкрутства підприємства

Значення інтегрального показника		
$Z < -0,75$	$-0,75 \leq Z \leq 0,41$	$0,41 < Z$
Зона фінансової кризи	Зона додаткового аналізу	Зона фінансової стійкості

Розрахуємо інтегральний показник ймовірності банкрутства ТОВ «ТК Союз» за моделлю Терещенка О. О. (табл. 3) [3].

Таблиця 3

Розрахунок інтегральних коефіцієнтів за моделлю Терещенка О. О.

Показник	Значення за роками		
	2015	2016	2017
X_1 – коефіцієнт поточної ліквідності	1,16	1,11	1,09
X_2 – коефіцієнт фінансової незалежності	0,15	0,12	0,11
X_3 – відношення чистого доходу до активів	6,04	6,88	7,68
X_4 – відношення операційного грошового потоку до суми чистого доходу й інших операційних доходів	0,31	0,18	0,24
X_5 – відношення операційного та інвестиційного грошових потоків до активів	1,85	1,22	1,82
X_6 – відношення чистого доходу до позикового капіталу	7,13	7,81	8,59
X_7 – відношення операційного грошового потоку до позикового капіталу	2,20	1,39	2,04
X_8 – співвідношення прибутку до оподаткування та чистого доходу	0,03	0,04	0,04
X_9 – відношення чистого прибутку до власного капіталу	0,86	2,89	3,36
X_{10} – коефіцієнт оборотності оборотних активів	7,33	7,24	7,95
$Z = -2,026 + 0,268 \times X_1 + 1,773 \times X_2 + X_3 + 1,478 \times X_4 + 0,775 \times X_5 + 0,028 \times X_6 + X_7 + X_8 + 0,097 \times X_9 + 0,177 \times X_{10}$	10,29	9,79	11,95

Значення інтегрального показника, розрахованого для ТОВ «ТК Союз», кожного року перевищувало 0,41, отже, підприємство перебуває у зоні фінансової стійкості.

Для визначення ймовірності банкрутства ТОВ «ТК Союз» використаємо підхід, затверджений Постановою Правління Національного банку України «Про затвердження Положення про визначення банками України розміру кредитного ризику за активними банківськими операціями». Згідно із нею модель розрахунку інтегрального показника обирають залежно від належності підприємства відповідно до законодавства України до великого, середнього або малого та виду його економічної діяльності [4].

Видом економічної діяльності ТОВ «ТК Союз» є інші види гуртової торгівлі. За розміром підприємство належить до середніх: чисельність працівників становить 168 осіб, що перевищує 50 осіб, але менше за 250 осіб, а річний дохід перевищує 10 млн євро, але менший за 50 млн євро.

Модель розрахунку інтегрального показника для середнього підприємства, що займається гуртовою та роздрібною торгівлею, має вигляд:

$$Z = 2,366 + 0,430 \times X_1 + 0,656 \times X_{15} + 0,517 \times X_8 + 0,630 \times X_{16} + 0,228 \times X_{10} + 0,489 \times X_{12} + 0,437 \times X_6, \quad (1)$$

Значення показників X_i визначають на підставі значень фінансових показників, поданих у таблиці. Розрахунок фінансових показників, використовуваних для розрахунку інтегрального показника, подано у табл. 4 [4].

Таблиця 4

Розрахунок показників фінансового стану ТОВ «ТК Союз»

Фінансовий показник	Формула розрахунку	Значення за роками		
		2015	2016	2017
K_1 – показники покриття боргу	$(\text{ф. 1 р. 1510} + \text{р. 1515} + \text{р. 1600} + \text{р. 1610} - \text{р. 1165}) / (\text{ф. 2 р. 2000} + \text{р. 2010})$	0,02	0,02	0,01
K_{15} – показник частки неопераційних елементів балансу	$(\text{ф. 1 р. 1000} + \text{р. 1030} + \text{р. 1040} + \text{р. 1050} + \text{р. 1155} + \text{р. 1160}) / \text{ф. 1 р. 1300}$	0,02	0,01	0,01
K_8 – показники оборотності активів	$\text{ф. 1 р. 1300 гр. 4} / (\text{ф. 2 р. 2000} + \text{р. 2010})$	0,17	0,15	0,13
K_{16} – показник операційного прибутку до відрахування амортизації	$(\text{ф. 2 р. 2190} - \text{р. 2195} + \text{р. 2515}) / (\text{ф. 2 р. 2000} + \text{р. 2010})$	0,05	0,06	0,06
K_{10} – показник загальної ліквідності	$\text{ф. 1 р. 1195} / \text{ф. 1 р. 1695}$	1,16	1,11	1,09
K_{12} – показник достатності робочого капіталу	$(\text{ф. 1 р. 1100} * 365 / \text{ф. 2 р. 2050}) + (\text{ф. 1 р. 1125} * 365 / \text{ф. 2 р. 2000} + \text{р. 2010}) - (\text{ф. 1 р. 1615} * 365 / \text{ф. 2 р. 2050})$	33,97	28,55	24,60
K_6 – показники покриття капіталом боргу	$\text{ф. 1 р. 1495} / (\text{ф. 1 р. 1510} + \text{р. 1515} + \text{р. 1600} + \text{р. 1610} - \text{р. 1165})$	1,60	1,14	0,99

Розрахунок інтегрального показника для ТОВ «ТК Союз» подано у табл. 5 [4].

Таблиця 5

Розрахунок інтегрального показника для ТОВ «ТК Союз»

Показник	Значення X_i за роками		
	2015	2016	2017
X_1	1,185	1,185	1,185
X_{15}	0,444	0,444	0,444
X_8	0,907	0,907	0,907
X_{16}	0,201	0,201	0,201
X_{10}	0,452	0,452	0,452
X_{12}	0,217	0,217	0,217
X_6	0,193	0,193	0,193
Z	4,06	4,06	4,06

На підставі значень розрахованого інтегрального показника визначають клас дефолту юридичної особи. Діапазони значень інтегрального показника за класами подано у таблиці [4]. ТОВ «ТК Союз» належить до першого класу, оскільки значення інтегрального показника підприємства протягом досліджуваного періоду перевищувало 3,75 і становило 4,06.

Коефіцієнт ймовірності дефолту підприємства залежить від того, до якого класу воно належить (табл. 6) [4].

Таблиця 7

Діапазон значень коефіцієнта PD боржника – юридичної особи

Показник	Клас боржника – юридичної особи								
	1	2	3	4	5	6	7	8	9
Діапазони значень коефіцієнта PD	0,005–0,008	0,009–0,019	0,02–0,04	0,05–0,06	0,07–0,11	0,12–0,17	0,18–0,24	0,25–0,34	0,35–0,99

Для першого класу боржника – юридичної особи діапазон коефіцієнта ймовірності дефолту становить 0,005–0,008, таке значення засвідчує, що ймовірність стати банкрутом для ТОВ «ТК Союз» становить 0,5–0,8 %.

Таким чином, оцінка ймовірності банкрутства ТОВ «ТК Союз» із застосуванням дискримінантних моделей дає змогу адекватно визначити рівень можливості реалізації ризику дефолту суб'єкта господарювання із урахуванням його галузевої приналежності й особливостей функціонування.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Берест М. М.

Література: 1. Базилінська О. Я. Фінансовий аналіз: теорія та практика : навч. посіб. Київ : Центр навч. літ., 2009. 328 с. 2. Матвійчук А. В. Нечіткі, нейромережеві та дискримінантні моделі діагностування можливості банкрутства підприємств. *Нейро-нечіткі технології моделювання в економіці*. 2013. № 2. С. 71–118. 3. Терещенко О. О. Антикризове фінансове управління на підприємстві : монографія. Київ : ХНЕУ, 2004. 268 с. 4. Про затвердження Положення про визначення банками України розміру кредитного ризику за активними банківськими операціями : Постанова Правління Національного банку України від 30.06.2016 № 351 // База даних «Законодавство України» / Верховна Рада України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/v0351500-16>.

УПРАВЛІННЯ МАТЕРІАЛЬНИМИ ПОТОКАМИ ПІДПРИЄМСТВА

УДК 338

Мілонов О. І.

Магістрант 2 року навчання факультету менеджменту і маркетингу ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. Досліджено питання логістичного управління матеріальними потоками на підприємстві. Визначено сутність і цілі логістичного процесу. Конкретизовано особливості підсистем організації логістичного управління, використовуваних передовими світовими промисловими компаніями. Обґрунтовано принципові відмінності логістичного підходу до управління матеріальними потоками від традиційного.

Ключові слова: підприємство, організація, фінанси, логістика, логістичне управління, логістична система, матеріальні потоки.

Аннотация. Исследованы вопросы логистического управления материальными потоками на предприятии. Определены сущность и цели логистического процесса. Конкретизированы особенности подсистем организации логистического управления, используемых передовыми мировыми промышленными компаниями.

Обоснованы принципиальные отличия логистического подхода к управлению материальными потоками от традиционного.

Ключевые слова: предприятие, организация, финансы, логистика, логистическое управление, логистическая система, материальные потоки.

Annotation. Issues of logistics management of material flows in the enterprise are investigated. The essence and objectives of the logistics process are defined. Specified features of the subsystems of the organization of logistics management used by leading global industrial companies. The fundamental differences between the logistic approach to the management of material flows from the traditional one are substantiated.

Keywords: enterprise, organization, finance, logistics, logistic management, logistic system, material flows.

Передовий вітчизняний і світовий досвіди господарювання засвідчують, що ефективною практикою підвищення конкурентоспроможності підприємства є логістичне управління. Особливої актуальності воно набуває в період кризи, коли підприємствам доводиться будувати діяльність у такий спосіб, щоб мінімізувати витрати, пов'язані з переміщенням і зберіганням товарно-матеріальних цінностей. Тому головною метою логістичного управління матеріальними потоками є збалансування величини логістичних витрат для підвищення конкурентоспроможності підприємства. Використання світового досвіду дасть змогу вітчизняним підприємствам обійти велику кількість гострих кутів шляхом оптимізації закупівель і поліпшення якості постачань, підвищити можливості адаптації підприємств до запитів ринку й отримати додаткові конкурентні переваги на ринку.

Розв'язанню теоретичних і практичних проблем управління матеріальними потоками та забезпечення матеріальними ресурсами промислових підприємств присвячено чимало робіт вітчизняних і зарубіжних науковців. Можна виокремити три основні напрями наукових досліджень: формування системи управління операційною діяльністю, упровадження логістичних систем на підприємствах, управління процесами постачання, виробництва та збуту. Засади логістичного управління матеріальними потоками та питання пошуку пріоритетних напрямків підвищення ефективності управління підприємством, у тому числі матеріальними ресурсами, запасами та їх переміщеннями, висвітлено в наукових працях Сааті Д., Крампе Х., Окландера М., Плоткіна Я., Ніколайчука В., Герасимчука В., Криківського Є., Чухрай Н. та ін. Однак, питання застосування передового світового досвіду у діяльності вітчизняних підприємств потребує детальнішого узагальнення.

Метою написання статті є теоретичне обґрунтування логістичного управління матеріальними потоками із застосуванням зарубіжного досвіду для його адаптації до вітчизняних реалій.

Незважаючи на наявність численних теоретичних розробок щодо логістичного управління матеріальними потоками, на сучасних вітчизняних підприємствах він перебуває на початковому етапі свого розвитку, чим зумовлено необхідність розв'язання низки питань, що є пов'язаними з удосконаленням формування системи управління матеріальними потоками. Однією з причин цього явища є те, що в Україні недооцінено зарубіжний досвід щодо цього питання.

Поняття «управління матеріальними потоками» використовують порівняно недавно у зв'язку із необхідністю пояснення причинно-наслідкового зв'язку, що виникає у процесі взаємодії матеріальних потоків у процесі їх руху на стадіях постачання, виробництва та збуту продукції. Під матеріальним потоком розуміють рух сировини, матеріалів, деталей, напівфабрикатів, товарно-матеріальних цінностей, що розглядається у процесі технологічних операцій з отримання, обробки й переробки, складування, транспортування та розподілу вантажів у процесі виробництва. Матеріальний потік утворює сукупність ресурсів усіх найменувань, що надходять від джерела до споживачів готової продукції і є пов'язаним із рухом виробничо-речових елементів через фази постачання, виробництва та збуту.

Останнім часом у зарубіжній і вітчизняній економічній теорії та практиці все частіше звертають увагу на логістичне управління матеріальними потоками підприємства. За даними Європейської логістичної асоціації, застосування логістичних принципів управління матеріальними потоками забезпечує скорочення запасів на 30–70 % (за даними промислової асоціації США – на 30–50 %), циклу просування продукції – на 25–40 % [1].

Аналіз досвіду зарубіжних країн щодо логістичного управління матеріальними потоками на підприємствах засвідчує, що переваги логістичних принципів порівняно із традиційними технологічними найповніше проявляються на підприємствах, які:

- діють за умов динамічної зміни попиту та пропозиції;
- виробляють складну і наукоємну продукцію;
- постійно оновлюють свою продукцію;
- мають складні виробничо-господарські зв'язки з суміжниками [2].

Чим більше підприємство орієнтоване на ринковий попит, тим складнішою та наукомісткішою є продукція. Чим більшою є протяжність шляху її до ринків збуту, тим більшою є віддача від використання логістичного під-

ходу. Перші спроби здійснення логістичного управління матеріальними потоками зроблено у 70-х роках зарубіжними корпораціями, діючими в галузях машинобудування і матеріалообробки.

Після 80-х років логістична практика змінилася під тиском внутрішньої та зовнішньої конкуренції. Завдяки зростанню ефективності управління матеріальними потоками на підставі логістичного підходу управління виникла відносно невелика група передових фірм, керівництво яких побачило переваги високого професіоналізму в галузі логістики. Ініціаторами нової ролі логістичного управління матеріальними потоками стали технічний прогрес, структурні зміни в організації бізнесу і національній економіці, глобалізація ринків. У другій половині 80-х років акцент зроблено на використанні логістичного підходу для досягнення корпоративної цілі мінімізації витрат на розподіл і підвищення рівня обслуговування клієнтів. Тому чимало фірм підійшли до логістичних операцій творчо. Замість того, щоб домагатися ефективності на підставі управління дискретними виробництвом, транспортуванням, зберіганням і запасами, вони перейшли на управління каналами руху продукції.

Створення й управління корпоративною базою даних можливе за застосування відомої системи планування ресурсів підприємства (ERP). За допомогою цієї системи виконують збирання, обробку та передавання інформації щодо постачання; збирання та поширення звітів, у яких підсумовано ці дані; передавання обробленої інформації. До найбільш використовуваних логістичних систем управління матеріальними потоками належить MRP-1 – Material Requirements Planning, планування матеріальних потреб; спрямована на мінімізацію запасів із збереженням при цьому достатньої кількості матеріалів, необхідних для забезпечення виробничого процесу [2].

Систему MRP-1 використовують чимало підприємств і компаній, вона постійно вдосконалюється, до неї додаються елементи фінансової, маркетингової та логістичної підсистем – так виникла MRP-II. MRP2, 3 – Material Resource Planning, планування матеріальних ресурсів; DRP1 – Distribution Requirements Planning, планування збутових потреб; DRP-I використовують для ефективного розподілу готової продукції через визначення попиту та запасів у розподільчих центрах і складах, є розширеним варіантом DRP-I завдяки блокам кадри, транспорт, фінанси. DRP2 – Distribution Resource Planning, планування збутових ресурсів.

У DRP-II логістичні вимоги визначають графік виробництва, що, у свою чергу, є пов'язаним із системами MRP та ERP. Однак, упровадження сучасних інформаційних систем, таких як MRP і DRP, само по собі не забезпечує зростання рентабельності. Компанії повинні удосконалювати також свою оперативну практику та управлінську поведінку [2].

KANBAN – японська система виробничої логістики; вона являє собою метод, спрямований на задоволення потреб клієнтів самостійно керуючим виробництвом за принципом отримання. При цьому матеріальний потік спрямований уперед (від виробника до споживача), тоді як інформаційний потік спрямований назад (від споживача до виробника). У цій системі постійні втручання центрального керівництва є зайвими [3]. Система KANBAN реалізована на таких підприємствах, як General Motors, Massey-Ferguson, Renault.

Найпоширенішою логістичною системою є система «точно в строк» (just-in-time, JIT), що виникла в Японії наприкінці 50-х років. Основною ідеєю цієї логістичної концепції є виключення запасів матеріалів, комплектуючих і напівфабрикатів у виробничому процесі, потоки матеріальних ресурсів синхронізуються із потребою в них, яка, у свою чергу, задається виробничим розкладом випуску готової продукції. Рух матеріальних потоків організовано у такий спосіб, що всі матеріали, комплектуючі та готова продукція доставляються у необхідній кількості та у той час, коли їх потребують ланки логістичної системи, задля мінімізації витрат, що є пов'язаними зі створенням запасів. EDI – Electronicdata Interchange; CUMA – кооперативи зі спільного використання техніки [4; 5].

Потреба у використанні концепцій і методів логістики є пов'язаною з еволюцією процесу управління й особливостями виробничих процесів підприємств. Успішність упровадження теоретичних положень і практичних рекомендацій щодо логістичного управління матеріальними потоками до діяльності підприємств давно доведено на розвинених зарубіжних ринках. Чимало підприємств поклали в основу своєї діяльності логістику, 55 % із них є представниками промисловості, 15 % – гуртової та роздрібною торгівлі, 30 % – послуг. За оцінками фахівців, застосування логістики сприяє скороченню запасів на 50–95 %, термінів доставки – на 25–45 %, загальної тривалості виконання замовлень – на 50–70 % [4].

Дослідження засвідчують, що за таких умов прибуток підприємства зростає приблизно на 11 %, рентабельність – на 15 %. Підприємства розвинених країн Європейського Союзу та США практично не уявляють своєї діяльності без спеціальних відділів логістики. У світі витрати на логістику становлять у середньому 12 % від вартості валового світового продукту, у тому числі у Сінгапурі – 14 %, ФРН – 13 %, Республіці Корея – 12,3 %, Японії – 11,5 %, США – 10,5 %. Щороку розміри ринку логістичних послуг у світі зростають на 4–5 %. Підприємства зарубіжних країн використовують у своїй діяльності поелементну логістику, організовують внутрішньовиробничі процеси за логістичними принципами управління. При дослідженні підприємств різних галузей Німеччини, Нідерландів, Великої Британії, Франції, Бельгії та Іспанії виявлено, що нерегулярне добове логістичне планування застосовують приблизно 57 % компаній, використання елементів логістики на семиденний термін задля зниження витрат виробництва застосовують 20 % досліджуваних компаній, упровадження інтегрованої системи, що є пов'язаною із поставкою сировини, матеріалів, доставкою готової продукції до споживача – 23 % компаній. На підприємствах,



де розпочали використовувати логістичні принципи управління матеріальними потоками, продуктивність праці робітників зростає на 9,9 % [4].

У багатьох країнах світу напрями вдосконалення діяльності підприємств є спрямованими на мінімізацію витрат, пов'язаних із логістикою. Йдеться про зниження витрат у разі оптимізації технології руху потоків постачання, збуту, покращення взаємодії учасників складського та транспортного процесів. Саме на процесах транспортування, складування та зберігання слід зосереджувати найбільше зусиль. У країнах Західної Європи вартість запасів матеріальних ресурсів становить у середньому 10–18 % від вартості валового національного продукту.

Одним із факторів сприяння розвитку логістики в деяких країнах є створення консультативних рад з логістики. У Франції, наприклад, наприкінці 80-х років функціонувало приблизно п'ятдесят таких рад. Ради, спеціальні фірми проводять консультації з окремих питань логістики. Поступове розширення діяльності цих структур сприяло створенню перших логістичних центрів на регіональному, пізніше – на національному рівні. Для подальшого розвитку наукових підходів та застосування їх на практиці було створено національні асоціації логістики, міжнародні логістичні товариства. Об'єднання національних асоціацій логістики зумовило появу Європейської асоціації логістики. До її складу входять понад 20 національних асоціацій європейських держав [4].

Отже, логістичний підхід до управління матеріальними потоками створює передумови для покращення інших показників діяльності підприємства, які полягають у покращенні загальної організованості підприємства, налагодженні надійних взаємозв'язків, що дозволяє говорити про підвищення рівня керованості й отримання вищих фінансово-економічних показників. Логістика впливає майже на кожний аспект формування фінансового результату підприємства.

Таким чином, логістика як особливий вид управлінської діяльності спрямовує зусилля на дослідження й оптимізацію процесів, що є пов'язаними із рухом матеріальних і пов'язаних із ними інформаційних потоків у напрямку посилення їх організованості та координованості. За рахунок дії її особливих інструментів відбувається зростання основних показників діяльності підприємства.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Мельникова К. В.

Література: 1. Рудюк Л. В. Фінансова логістика як інструмент підвищення конкурентоспроможності бізнесу автоперевізників. URL: http://www.rusnauka.com/19_AND_2013/Economics/10_142662.doc.htm. 2. Тяпухин А. П. Логістика : учебник для бакалавров. М. : Юрайт, 2012. 568 с. 3. Луис Р. Система канбан. Практическое руководство по разработке в условиях вашей компании / пер. с англ. Е. В. Журиной; под научной ред. Э. А. Башкардина. М. : Стандарты и качество, 2008. 216 с. 4. Бондарчук В., Алколей Д., Молдован Л. Досвід Канади та країн ЄС у сфері політики з підтримки розвитку сільськогосподарських обслуговуючих кооперативів : аналітичне дослідження / за ред. С. Курдицького. Київ, 2011. 92 с. 5. Смирнов И. Агрологістика по-голландски. Логістика. 2008. № 9. С. 12–15. 6. Пономарьова Ю. В. Логістика : навч. посіб. Київ : Центр навч. літ., 2003. 192 с.



МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ ДО ОЦІНКИ ФІНАНСОВОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА

УДК 336.01

Мушенко О. В.

Студент 4 курсу
фінансового факультету ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. Конкретизовано критерії рівня фінансової безпеки підприємства. Досліджено методичні підходи до оцінки фінансової безпеки підприємства. Проведено порівняльний аналіз переваг і недоліків застосування різних методів оцінки фінансово-економічної безпеки підприємства.

Ключові слова: підприємство, організація, фінанси, безпека, фінансовий стан, фінансова стійкість, фінансово-економічна безпека, рівень фінансової безпеки.

Аннотация. Конкретизированы критерии уровня финансовой безопасности предприятия. Исследованы методические подходы к оценке финансовой безопасности предприятия. Проведен сравнительный анализ преимуществ и недостатков применения различных методов оценки финансово-экономической безопасности предприятия.

Ключевые слова: предприятие, организация, финансы, безопасность, финансовое состояние, финансовая устойчивость, финансово-экономическая безопасность, уровень финансовой безопасности.

Annotation. Specified criteria for the level of financial security of the enterprise. The methodical approaches to assessing the financial security of the enterprise are investigated. A comparative analysis of the advantages and disadvantages of using various methods for assessing the financial and economic security of an enterprise has been carried out.

Keywords: enterprise, organization, finance, security, financial condition, financial stability, financial and economic security, level of financial security.

Важливою складовою процесу управління фінансово-економічною безпекою підприємства є її оцінка, метою якої є визначення того, чи перебуває підприємство у стані фінансово-економічної безпеки та виявлення її рівня. Питання виявлення чіткої методики оцінювання додатково ускладнюється тим, що на сьогодні існують різні погляди на сутність самого поняття фінансово-економічної безпеки підприємства, відповідно і на сутність та перелік показників, які підлягають оцінюванню [2].

Фінансову безпеку підприємства можна розглядати як сукупність кількісних та якісних показників фінансового стану підприємства. Вона визначається забезпеченням фінансової стійкості, ліквідності та платоспроможності підприємства, ефективністю використання наявних фінансових ресурсів, організацією внутрішньогосподарського контролю основних видів звичайної діяльності підприємства, аналізом можливих внутрішніх і зовнішніх загроз економічній безпеці та попередження збитків фінансової безпеки підприємства, якістю менеджменту суб'єкта господарювання.

Одним із найголовніших показників діяльності підприємства, а також потенціального розвитку у майбутньому є фінансовий стан підприємства як показник фінансової безпеки суб'єкта господарювання. Перед упровадженням заходів щодо підвищення рівня фінансової безпеки необхідно оцінити реальний його стан на підприємстві.

Із розвитком ринкових відносин вітчизняні підприємства зіткнулися зі значними коливаннями факторів внутрішнього та зовнішнього середовища функціонування підприємств, підвищенням рівня фінансових ризиків, проблемою суттєвого зменшення підтримки з боку держави та необхідністю створення власними силами умов для безпечного розвитку. Ефективне функціонування підприємства залежить від рівня його фінансової безпеки. Тому своєчасна оцінка рівня фінансової безпеки підприємства набуває особливого значення, оскільки дає змогу своєчасно виявити загрози фінансовому стану [2].

Метою написання статті є аналіз сучасних методик оцінки фінансової безпеки підприємства, що дозволить окреслити необхідні критерії та параметри для її визначення.

Методом забезпечення фінансової безпеки підприємства є спосіб її гарантування. Метод передбачає наявність інструменту фінансової діяльності, яким є певне фінансове знаряддя (фінансова технологія), що використовується в процесі реалізації відповідного методу. Виходячи із загального розуміння терміна, принципом управління фінансовою безпекою підприємства слід вважати керівне положення, якого слід дотримуватися у процесі впливу на її стан.

Оцінка рівня фінансової безпеки підприємства на підставі аналізу його фінансової стійкості є занадто вузькою, це пов'язано із тим, що крім оборотних коштів, у фінансовій діяльності задіяний власний основний капітал, прибуток та інвестиції.

Оцінка рівня фінансової безпеки як складової економічної безпеки підприємства за основними напрямками аналізу фінансової звітності підприємства дає змогу проаналізувати лише фактичний фінансовий стан підприємства, а не визначити рівень його фінансової безпеки [5].

Чіткішою й обґрунтованішою є оцінка рівня фінансової безпеки, розглянута у методиці третьої групи, що ґрунтується на визначенні інтегрального показника фінансової безпеки підприємства. Інтегральний підхід передбачає порівняння фактичних значень показників фінансової безпеки із пороговими значеннями індикаторів її рівня. За такого підходу найвищий рівень фінансової безпеки підприємства досягається за умови, що вся сукупність індикаторів перебуває у межах порогових значень [5].

У ході аналізу виявлено, що досліджувані методики визначення рівня фінансової безпеки підприємства можна розподілити на кілька груп (рис. 1) [6].

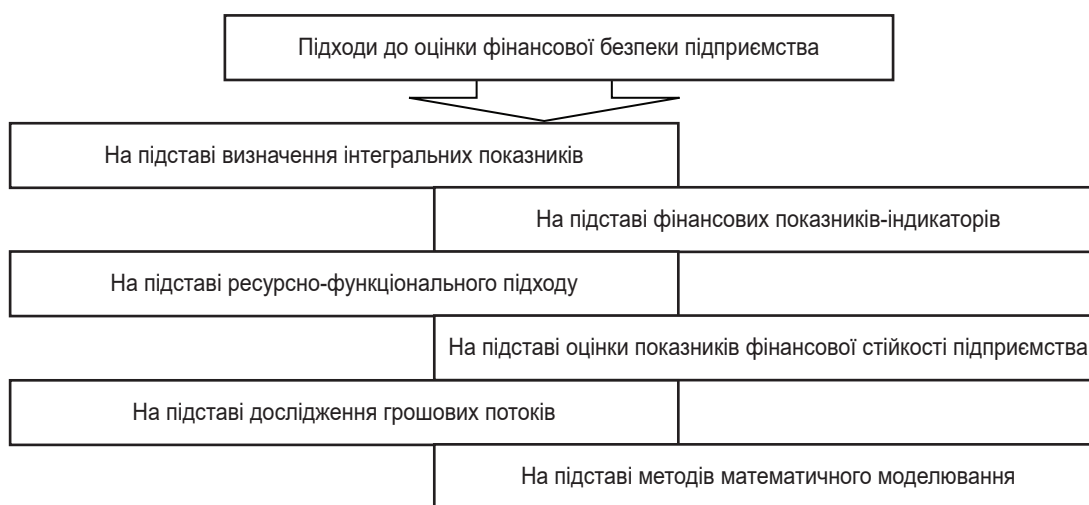


Рис. 1. Підходи до оцінки фінансової безпеки підприємства

Сутність індикаторного методу аналізу фінансово-економічної безпеки підприємства полягає у визначенні певного переліку показників, що характеризують усі аспекти діяльності підприємства, та порівнянні їх із певними граничними значеннями – індикаторами фінансово-економічної безпеки підприємства.

Метод математичного моделювання передбачає використання принципів програмно-цільового управління, відповідно до яких рішення ухвалюється на підставі формування певних економічних моделей, що характеризують економічні процеси на підприємстві, тобто на підставі використання методів математичного аналізу. Використання такого підходу найбільш характерне для тих дослідників фінансово-економічної безпеки підприємства, які ототожнюють це поняття із поняттям економічного ризику діяльності підприємства [4].

Метод оцінювання фінансово-економічної безпеки підприємства на підставі показників прибутку та чистого доходу є досить поширеним серед тих дослідників, які проводять певну паралель між економічною та фінансовою безпекою підприємства. Головною ідеєю підходів є твердження, що підприємство перебуває в стані фінансово-економічної безпеки, якщо отриманих ним доходів (прибутку) вистачає для досягнення стану самоокупності та стану самофінансування [4].

Методи оцінювання фінансово-економічної безпеки підприємства ґрунтуються на визначенні певного інтегрального показника. Капітула С. В. вважає, що інтегральний показник може бути сформований на підставі значень окремих показників економічної безпеки за кожним видом діяльності підприємства. Він пропонував оцінювати виробничу, фінансову та інвестиційні безпеку.

Ресурсно-функціональний підхід до формування методики оцінювання фінансово-економічної безпеки підприємства є найпоширенішим, його дотримується переважна більшість дослідників. Цим підходом передбачено визначення інтегрального показника, який містить оцінки фінансово-економічної безпеки підприємства за кожною складовою з урахуванням їх вагомості [2].

Однак, існують як позитивні, так і негативні сторони застосування того чи іншого методу (табл. 1) [2].

Про високий рівень фінансової безпеки можуть свідчити високий рівень фінансової ефективності роботи підприємства, достатній рівень фінансової стійкості та незалежності, технологічна незалежність підприємства і

досягнення високої конкурентоспроможності його технологічного потенціалу; висока ефективність менеджменту підприємства, оптимальність та ефективність його організаційної структури; високий рівень кваліфікації персоналу підприємства та його інтелектуального потенціалу; якісна правова захищеність усіх аспектів діяльності підприємства; забезпечення захисту інформаційного середовища підприємства, комерційної таємниці та досягнення високого рівня інформаційного забезпечення діяльності всіх його служб і підрозділів; гарантування безпеки персоналу підприємства, його капіталу, майна та комерційних інтересів [5].

Таблиця 1

Переваги та недоліки методів оцінки фінансово-економічної безпеки підприємства

Метод	Переваги	Недоліки
Індикаторний	Порівняння фактичних і необхідних значень ключових показників діяльності підприємства	Істотна залежність отриманих результатів від правильності визначення переліку самих показників і точності визначення бази порівняння – індикаторів
Математичного моделювання	Використання принципів програмно-цільового управління на підставі формування певних економічних моделей, що характеризують економічні процеси на підприємстві	Надзвичайна складність розрахунків
Оцінювання фінансово-економічної безпеки	Дозволяє чітко визначити рівень безпеки (небезпеки) й перспективи підприємства на майбутнє	Складність розрахунків
Інтегральних показників	Може бути сформований на підставі значень окремих показників економічної безпеки за кожним видом діяльності підприємства	Великий масштаб
Ресурсно-функціональний	Фактично ототожнюється з усією діяльністю підприємства	Складність розрахунків

Таким чином, на підставі проведеного аналізу найпоширеніших методів оцінювання стану та рівня фінансово-економічної безпеки підприємства можна стверджувати, що сучасна об'єктивна методика, придатна для практичного застосування на підприємстві, повинна містити в собі елементи кількох методів, що формують головні їх переваги, і якщо змога виключати ті, що формують головні недоліки.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Кіпа М. О.

Література: 1. Білов Г. О. Деякі аспекти методики попередження ризику рейдерського набігу на підприємство. *Економічний вісник Національного гірничого університету*. 2008. № 3. С. 111–115. 2. Вівчар О. І. Інтеграційні процеси логістики у контексті забезпечення фінансово-економічної безпеки бізнесу. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2015. № 5. С. 17–21. 3. Вівчар О. І. Концептуальні підходи SPACE-методики при діагностиці та оцінці економічної безпеки підприємств. *Virtus: Scientific Journal*. 2016. № 5. С. 231–235. 4. Кіндрацька Г. І. Стратегічний менеджмент : навч. посіб. Київ : Знання, 2010. 406 с. 5. Колесніков А. П. Засади механізму забезпечення стійкого розвитку підприємств. *Інноваційна економіка*. 2013. № 3. С. 97–100.

ВПЛИВ КОЛЬОРУ НА ПСИХОЕМОЦІЙНИЙ СТАН ЛЮДИНИ

УДК 159.937.51

Мягков Д. С.

Студент 2 курсу
факультету менеджменту і маркетингу ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. Розглянуто характеристики основних кольорів та їх вплив на психоемоційний стан людини. Обґрунтовано вибір кольору за конкретних обставин, а також взаємозв'язок впливу колірної гами та маркетингу.

Ключові слова: психологія, психоемоційний стан, свідомість, підсвідомість, колір, колірна гама, кольоротерапія, маркетинг.

Аннотация. Рассмотрены характеристики основных цветов и их влияние на психоэмоциональное состояние человека. Обоснован выбор цвета в конкретных обстоятельствах, а также взаимосвязь влияния цветовой гаммы и маркетинга.

Ключевые слова: психология, психоэмоциональное состояние, сознание, подсознание, цвет, цветовая гамма, цветотерапия, маркетинг.

Annotation. The characteristics of primary colors and their influence on the psycho-emotional state of a person are considered. The choice of color in specific circumstances is justified, as well as the interrelation of the influence of color gamma and marketing.

Keywords: psychology, psycho-emotional state, consciousness, subconsciousness, color, color scale, color therapy, marketing.

Кольоротерапія – один із найперспективніших і найнадійніших методів лікування й оздоровлення, тому нині вивчення цього методу є актуальним.

Дослідженням впливу кольору на психоемоційний стан людини займалися Фрілінг Г., Ауер К., Еткінд А., Скотт І., Леонтьєв А., Кравков С., Воробйов Г., Налімов В., Семенов В., Смірнов Л., Демідов Г. та ін. Автори довели, що колір може спричинити певну реакцію людини або змінити її, впливати на прийняття рішень.

Відомо, що у кожної людини існують особисті переваги щодо певної кольорової гами, яка часто переважає в інтер'єрі, одязі, предметах користування. Улюблений колір може розповісти про характер, інтереси, спосіб життя, стан здоров'я і в цілому про людину.

Нині існують безліч теорій щодо впливу кольору на людину, кожна теорія є по-своєму правдивою. Колір викликає як негативні, так і позитивні емоції, може гальмувати або підвищувати активність, сприяти заспокоєнню або агресивній поведінці. Науковці вважають, що мозок людини сприймає колір так, як і шлунок їжу: так само, як іноді хочеться якоїсь конкретної їжі, так і тіло часом потребує конкретного кольору [2].

Розглянемо детальніше, як певні кольори впливають на психоемоційний стан людини.

Червоний. Цей колір підвищує внутрішню енергію, сексуальність, нормалізує обмін речовин і кровообіг. Червоний позбавляє тути, проганяє негативні емоції. У психологічному плані червоний колір допомагає зростанню або викликає руйнування. Червоний колір слід використовувати людям, які страждають застудами, адже він зігріває. Втілює напор і енергію, підштовхує до здійснення справ. Людей, у яких улюбленим кольором є червоний, вважають сильними, наполегливими, бадьорими та веселими. Але якщо у людини підвищений тиск, цей колір погіршує стан, може викликати гнів, роздратування. Якщо ви сильно втомлюєтеся, хочете постійно спати, прикрасьте кімнату, у якій перебуваєте, чимось червоним, наприклад купіть троянди або просто покладіть на стіл червону папку для паперів. Завдяки цьому ваш настрій покращиться, працездатність і життєвий тонус підвищаться.

Помаранчевий. Цей колір перемагає втому, депресію, нудьгу, невпевненість, тривогу і страх. Він збуджує апетит, адже це колір врожаю. Це колір дії, ентузіазму і свободи, що допомагає будувати нове життя, коли, здавалося б, усе розбито шцент через смуток, розлучення, важку втрату, шок. Помаранчевим кольором лікують психічні зриви і депресивні стани. Він допомагає звільнитися від нав'язливих станів і зміцнює морально. Цей колір спонукає йти вперед. Працюючи із цим кольором, людина інстинктивно відшукує правильний шлях незалежно від свого інтелекту. Людина, що володіє енергією помаранчевого, стає господарем власної долі [2].



Жовтий. Колір тонізуючий, фізіологічно оптимальний. Найменше втомлює, стимулює зір і нервову діяльність, активізує рухові центри, формує радісний настрій, генерує енергію м'язів. Використовують для лікування діабету, у разі порушення травлення, для виправлення косоокості, косорукості. У лікувальній практиці медитація на жовтий колір стимулює інтелектуальні здібності, заповнює мінеральну нестачу, знижує кислотність у організмі [3]. Жовтий колір надає жвавості розуму, сприяє швидкому засвоєнню інформації, ясності думки, пробуджує допитливість. За допомогою енергії жовтого можна подолати всі труднощі, використовувати всі можливості, це колір енергійних людей [4].

Зелений. Знижує кров'яний тиск, розширює капіляри, заспокоює, полегшує мігрень, підвищує м'язову працездатність на тривалий час. Впливає протилежно червоному. Зелений колір має освіжаючу й одночасно заспокійливу дію, виявляє антисептичні властивості. Застосовують у лікуванні нервової та серцево-судинної систем, астмі, безсоння. Цей колір сприяє покращенню настрою, знімає дратівливість, допомагає зосередитися і спрямувати думки у потрібне русло. Зелений колір добре заспокоює, допомагає людині повністю відновити сили після важкого дня [4].

Синій. Більш насичені відтінки блакитного або синього стимулюють мислення, менш насичені заспокоюють, сприяють розумовій концентрації. Синій колір поряд із червоним і жовтим є найудлюбленішими в світі кольорами. Блакитні кольори активно використовують у процесі розробки ділових сайтів, їх асоціюють із бізнесом і діловою сферою, роботою з фінансами [5].

Фіолетовий. Спонукає людину до високого споглядання, медитації. Вважають, що причиною такого впливу на особу є те, що довжина хвилі фіолетового кольору резонує з відповідними коливаннями людському мозку. Часто фіолетовий колір пов'язують із багатством, розкішшю. Зайве використання фіолетового може спричинити почуття неповноцінності, пригніченості.

Сірий. Ті, кому до вподоби цей колір, схильні до ідеальних почуттів, багато в чому себе обмежують, часом є прихильниками аскетичного способу життя. Вони відчувають свою причетність до високих матерій і не зупиняються на досягнутому. Такі люди є твердими, наполегливими та завзятими у досягненні своїх цілей, але найчастіше внутрішньо уразливими та беззахисними. Ті, хто віддає перевагу сірому, як правило, мають почуття міри, прагнуть за будь-яку ціну зберегти контроль над ситуацією, не демонструють привселюдно свої емоції. Вони можуть бути надмірно самокритичними, відчувати свою непотрібність. У такому разі сірий доцільно розбавляти червоним, оранжевим або жовтим. Сірий не привертає до себе і не відштовхує, є кольором доброти й обгрунтованості [5].

Чорний. Символ таємниці, прихованого знання й окультизму. Колір творіння і серйозних намірів, містить величезний нереалізований потенціал. Влада вищого знання і бажання задля її збереження дотримується чорного. Людина, що віддає перевагу різним відтінкам чорного, найчастіше володіє інформацією, знаннями та ситуацією, вміє підпорядкувати собі обставини, але іноді потребує контролю з боку. Заперечує інші кольори і поглинає світло, символізує сум і закритість. Перевагу чорному віддають люди, які потребують додаткової енергії для реалізації своїх невітлених бажань, ті, хто хоче позбутися вантажу минулого і стереотипів.

Білий. Складовими білого є всі кольори, тому фундаментальною якістю білого є рівність: у білому всі кольори єдині. Візуалізація білого кольору дозволяє організму самому увібрати потрібні для гарного самопочуття кольори. Це колір непорочності, чистоти, відчуженості і спокою, який несе умиротворення. Він сприяє заспокоєнню емоцій, зосередженню і натхненню. Білий колір уповільнює обмінні процеси в організмі, налаштовує на подальші зміни, допомагає організму перебудуватися, є кольором справедливості та вихідною точкою для усвідомлення подальших дій. Він уособлює спокій і підтримує надію. Надлишок білого кольору у деяких людей може викликати почуття розчарування, спустошеності та відчуженості [3].

Таким чином, колір дійсно впливає не тільки на психоемоційний стан людини, а й в цілому на неї, на її життя та вибір. Помаранчевий є агресивним кольором, заклик до дії, зелений використовують для розслаблення, синій викликає почуття безпеки, фіолетовий використовують для заспокоєння, чорний є потужним кольором таємного знання. У маркетингу приблизно 85 % споживачів ставлять на перше місце колір, саме колір є одним із засобів спілкування між покупцем і споживачем. Найчастіше впізнаваність бренду залежить саме від кольору, оскільки цільова аудиторія залучається кольором, а від цього залежить прибуток підприємства та кількість клієнтів. Тому надзвичайно важливо знати тонкощі загальної дії кольорів на психіку людини.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Мажник Н. А.

Література: 1. Фрилинг Г., Ауэр К. Человек – цвет – пространство. М. : Стройиздат, 1973. 142 с. 2. Цветотерапия // Аюрведа. URL: <https://www.evaveda.com/spravochnye-materialy/alternativnaya-medsina/tsvetoterapiya>. 3. Влияние цвета на человека. URL: <http://mikhailkevich.narod.ru/kyrs/Cvetovedenie/main6.html>. 4. Влияние цве-

та на психику человека. URL: <http://pristor.ru/vliyanie-cveta-na-psixiku-cheloveka-osnovnye-cveta-i-ix-vozddejstvie>.
5. Воздействие цвета на подсознание человека. URL: <https://sitecreation.dp.ua/publikatsii/vozdeystvie-tsveta-na-podsoznanie-cheloveka.html>. 6. Психология цвета. URL: <http://www.yugzone.ru/psy/colors.htm>.

ЕЛЕКТРОННА КОМЕРЦІЯ ЯК ОСНОВА ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА

УДК 658

Неведрова Є. М.

Студент 4 курсу
факультету менеджменту і маркетингу ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. Розглянуто особливості інноваційного розвитку сучасних підприємств із застосуванням електронної комерції. Визначено переваги застосування електронної комерції як основи інноваційного розвитку підприємства.

Ключові слова: економіка, підприємство, організація, комерція, Інтернет, інновації, інноваційний розвиток, електронна комерція.

Аннотация. Рассмотрены особенности инновационного развития современных предприятий с применением электронной коммерции. Определены преимущества применения электронной коммерции как основы инновационного развития предприятия.

Ключевые слова: экономика, предприятие, организация, коммерция, Интернет, инновации, инновационное развитие, электронная коммерция.

Annotation. The features of the innovative development of modern enterprises using e-commerce are considered. The advantages of using e-commerce as the basis for the innovative development of an enterprise are determined.

Keywords: economy, enterprise, organization, commerce, Internet, innovations, innovative development, electronic commerce.

На сучасному етапі становлення нової економіки особливе значення має питання вдосконалення інноваційного розвитку підприємницької діяльності підприємств задля підвищення ефективності бізнесу. Традиційні методи ведення бізнесу за умов сучасної економіки не вповні відповідають тенденціям розвитку організацій. Електронна комерція здатна значно підвищити економічну ефективність підприємств, є одним з інструментів підвищення їх інноваційного розвитку. Упровадження на підприємстві електронних методів ведення бізнесу дозволяє, з одного боку, підвищити результативність просування товарів і послуг, розширити ринки збуту, розвинути взаємини з клієнтами, з іншого – сприяє зниженню поточних витрат, а також скороченню сумарного часу обслуговування клієнта й обробки запиту.

Метою написання статті є визначення особливостей інноваційного розвитку підприємств за умов нової економіки із застосуванням технологій електронної комерції.

Дослідженням тенденцій інноваційного розвитку та специфіки здійснення електронної комерції займалися чимало зарубіжних і вітчизняних науковців, серед них Шумпетер Й., Саммер А., Дункан Г., Касс М., Ілляшенко С., Антонов В., Бондарчук Ю., Соболев В. та ін.

За умов нової економіки, що базується на інтелектуальному капіталі та інноваціях, а також ускладнення виробничих процесів, підвищення необхідного рівня наукоємності виробленої продукції, розвитку інформаційної інфраструктури, скорочення тривалості життєвого циклу нових видів товарів і послуг інноваційний розвиток підприємства стає одним з основних факторів забезпечення конкурентоспроможності останнього.

Під інноваційним розвитком підприємства розуміють процес спрямованої закономірної зміни стану підприємства, що залежить від його інноваційного потенціалу. Його джерелом є інновації, що створюють якісно нові можливості для подальшої діяльності підприємства на ринку шляхом реалізації вміння знаходити нові рішення, ідеї, та у результаті – винаходів [4].

Нова економіка є безпосередньо пов'язаною з інноваційним розвитком. Інновації є серцевиною нової економіки, її глибинною сутністю. Цілоком логічною є характеристика останньої як безперервного потоку інновацій. Саме вони сприяють виникненню та розбудові нової економіки. Нині у світі домінує інноваційний тип економічного зростання. Інновації є вагомою підставою для формування конкурентоспроможності підприємства [4].

Причинами формування нової економіки є:

- глобалізація світової економіки та інтеграція світових ринків капіталу;
- зміна методів ведення бізнесу і побудови компаній, від виділення та стандартизації бізнес-процесів до реінжинірингу та менеджменту систем, які самонавчаються, і, як наслідок, зміни структури великих соціально-економічних систем;
- посилення конкуренції та диференціації компаній і систем;
- інноваційний розвиток підприємств;
- посилення ролі та значення комп'ютерних технологій;
- капітал компаній і національної економічної системи розпочинає значною мірою складатися з таких недовимих активів, як бренд, знання, людський капітал;
- розвиток електронного бізнесу та електронної комерції [3].

Електронна комерція – це ведення бізнесу в онлайн режимі, яке на сьогодні існує у чотирьох сферах: прями продажі товарів і послуг, банківська справа та фактурування (платіжні системи), безпечне розміщення інформації та корпоративні закупівлі.

За умов нової економіки технології електронної комерції стають невід'ємним інструментом у роботі підприємства. Від упровадження та використання цих технологій залежить успішний розвиток і ведення бізнесу. Тому виникає потреба в обґрунтуванні впливу технології електронної комерції на інноваційний розвиток підприємства [2].

Упровадження електронної комерції дає підприємствам змогу впроваджувати інновації слідом за іншими учасниками ринку, щоб забезпечити собі таке саме становище, як у інноваційно активних конкурентів. Електронна комерція значно підвищує інноваційний потенціал підприємства, що сприяє зростанню його конкурентоспроможності.

Основними конкурентними перевагами, які одержують компанії завдяки впровадженню технологій електронної комерції, є:

- розширення географії товарних ринків;
- розширення можливостей вільного входу та виходу на ринок;
- інтенсифікація товарообігу та збільшення його обсягів;
- оптимізація використання оборотних коштів учасників електронної комерції;
- підвищення рівня обслуговування на основі персоналізованого сервісу;
- зниження обсягу первісних вкладень у бізнес (зникає потреба в купівлі чи оренді великих торговельних площ, торговельного обладнання), невиробничих витрат (на рекламу, пов'язаних із сервісним обслуговуванням та інформаційною підтримкою споживачів);
- зменшення операційних витрат [5].

Доцільність упровадження електронної комерції як інструмента інноваційного розвитку для підприємства є зумовленою отриманням додаткової конкурентної переваги. Однак, протягом останніх років поняття конкурентоспроможності щодо електронної комерції значно змінилося. Якщо раніше використання цифрових технологій фірмою було фактором конкурентоспроможності, нині електронний бізнес стає вимогою часу, на ринку електронної комерції з'являються нові фактори конкурентоспроможності. Крім класичних конкурентних переваг, конкурентоспроможність підприємств стали визначати нові детермінанти, зокрема концентрація капіталу, IT-розробки, володіння патентами, новизна, якісне програмне забезпечення, бренд, унікальний дизайн і бізнес-процеси.

Водночас інноваційні підприємства отримують можливість активно позиціонувати власні інновації шляхом повного й оперативного інформування про них максимальної кількості потенційних клієнтів із використанням мультимедійних інтерактивних засобів, проведенням ефективних маркетингових досліджень. Одночасно може проводитися оцінка загроз і переваг підприємства у конкурентній боротьбі [5].

Застосування технологій електронної комерції сприяє підвищенню рівня обслуговування споживачів. Саме за допомогою специфічного інструментарію електронної комерції підприємства мають змогу надавати повну



й оперативну інформацію про товари та послуги; розширити перелік і збільшити обсяг послуг, які до того ж можуть надаватися максимально широкій аудиторії клієнтів; зменшити час на взаємодію з клієнтами і діловими партнерами; персоналізувати взаємодію з клієнтами і діловими партнерами [4].

Отже, розглянуті вище інновації у сфері електронної комерції є лише частиною того, як ці технології сприяють інноваційному розвитку підприємства. Щороку їх вплив стає все відчутнішим, усі нововведення є пов'язаними саме із розвитком цих технологій. Електронна комерція активно впроваджується на підприємствах, вона не обмежується лише збутом продукції, а має загальний характер як елемент стратегії діяльності підприємства. Вона надає нові можливості для реалізації бізнес-процесів підприємства, підтримки його конкурентоспроможності, є джерелом інноваційних перетворень підприємства та істотних стратегічних переваг.

Таким чином, технології електронної комерції – це ефективний інструмент інноваційного розвитку підприємства, що забезпечує перехід економіки до моделі науково-технічного та інноваційного розвитку, сприяє збільшенню частки наукомісткої продукції, надає нові можливості для підтримки конкурентоспроможності й реалізації бізнес-процесів сучасного вітчизняного підприємства, стає джерелом його інноваційних перетворень.

Науковий керівник – д-р екон. наук, професор Мартиненко М. В.

Література: 1. Zwass V. Electronic Commerce: Structures and Issues. *International Journal of Electronic Commerce*. 1996. № 1. Р. 3–23. 2. Адаменко О. А. Концептуальні засади інноваційного розвитку підприємств. *Наукові праці Національного університету харчових технологій*. 2010. № 35. С. 5–10. 3. Антонов В. М., Бондарчук Ю. В. Банківська система та електронна комерція як інформаційні ресурси : навч. посіб. Київ : Київський національний ун-т ім. Тараса Шевченка, 2002. 56 с. 4. Євтушенко Д. Д. Електронний бізнес, електронна комерція, інтернет-торгівля: сутність та взаємозв'язок понять. *Бізнес Інформ*. 2014. № 8. С. 184–188. 5. Кобелев О. А., Резго Г. Я., Скиба В. А. Электронная коммерция : учебное пособие / под ред. С. В. Пирогова. М. : Перспектива, 2003. 378 с.



АЛЬТЕРНАТИВИ ГАРАНТУВАННЯ ФІНАНСОВОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА ІЗ ЗАСТОСУВАННЯМ МЕТОДУ АНАЛІЗУ ІЄРАРХІЙ

УДК 336.011

Нецвітаєва О. І.

Студент 4 курсу
фінансового факультету ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. Розглянуто сутність та особливості застосування методу аналізу ієрархій як інструменту прийняття альтернативних рішень. Досліджено процес прийняття обґрунтованих рішень для підвищення фінансової безпеки підприємства та покращення якості результатів його діяльності. Визначено найраціональніший метод підвищення фінансової безпеки підприємства.

Ключові слова: підприємство, організація, фінанси, безпека, фінансовий стан, фінансова стійкість, фінансова безпека, метод аналізу ієрархій.

Аннотация. Рассмотрены сущность и особенности применения метода анализа иерархий как инструмента принятия альтернативных решений. Исследован процесс принятия обоснованных решений относительно повышения финансовой безопасности предприятия и улучшения качества результатов его деятельности. Определен оптимальный метод повышения финансовой безопасности предприятия.

Ключевые слова: предприятие, организация, финансы, безопасность, финансовое состояние, финансовая устойчивость, финансовая безопасность, метод анализа иерархий.

Annotation. The essence and features of the application of the method of analyzing hierarchies as a tool for making alternative decisions are considered. Investigated the process of making informed decisions regarding improving the financial security of the enterprise and improving the quality of the results of its activities. The optimal method for improving the financial security of the enterprise.

Keywords: enterprise, organization, finance, security, financial condition, financial sustainability, financial security, hierarchy analysis method.

Ринковою економікою в Україні зумовлено ускладнення умов господарювання та зростання конкуренції між суб'єктами господарювання, що може спричинити погіршення їх фінансового стану і навіть призвести до банкрутства. Тому необхідними є розробка й упровадження адаптивних механізмів гарантування фінансової безпеки підприємства, що є спрямованими на підтримку стійкого функціонування та розвитку його фінансової системи за умов нестабільного зовнішньоекономічного середовища [2].

Фінансова безпека є одним з головних інструментів підприємства для ведення стабільної економічної діяльності. Однак, невирішеність проблем у цій сфері не дозволяє забезпечити відповідний рівень фінансового захисту та зростання, тим самим ускладнює здійснення ефективної реструктуризації економіки. Тому актуальним напрямком сталого функціонування українських підприємств є контроль за їх фінансовою безпекою [3].

Дослідженням питань фінансової безпеки підприємства, факторів впливу на нього та напрямів удосконалення займалися і займаються Бланк І. О., Горячева К. С., Ареф'єва О. В., Кузенко Т. Б., Дубровін В. І., Пономаренко О. Е. та ін.

Метою написання статті є обґрунтування управлінських рішень щодо визначення альтернатив підвищення фінансової безпеки підприємства із застосуванням методу аналізу ієрархій, що дозволяє впровадити й поширити використання цієї методики для підвищення ефективності діяльності.

Метод аналізу ієрархій (МАІ) – сучасна інформаційна технологія, використовувана для аналізу й розв'язання фінансових проблем підприємства. Обираючи одне рішення з безлічі можливих, особа, яка приймає рішення, керується здебільшого лише власними інтуїтивними уявленнями. Через це прийняття рішення має невизначений характер, що позначається на якості прийнятих рішень, які не завжди будуть оптимальними та сприятимуть досягненню бажаного результату. Процедура ієрархічного подання проблеми, подальшої обробки послідовності суджень і одержання кінцевого результату, вираженого числами, дає змогу отримати обґрунтовані та оптимальні рішення щодо розв'язання фінансових проблем [6].

Застосування методу аналізу ієрархій передбачає певні етапи:

- окреслення проблеми дослідження: із застосуванням методу аналізу ієрархій знайти рішення поставленої задачі;
- побудову ієрархії, що охоплює мету, яка відповідає корінню ієрархії, проміжні рівні й альтернативи, які формують низький ієрархічний рівень;
- реалізацію принципу порівняльних суджень шляхом заповнення матриць парних порівнянь для кожного рівня ієрархії із використанням шкали відносної важливості, обчислення ваг (пріоритетів) критеріїв;
- обчислення ваг (пріоритетів) альтернатив, що найбільше визначають встановлені критерії [6].

Наведемо простий приклад застосування методу аналізу ієрархій задля підвищення фінансової безпеки підприємства. Побудова ієрархії розпочинається з визначення мети, критеріїв, що відповідають поставленій меті, та визначення альтернатив. Метою застосування методу аналізу ієрархій є розв'язання проблеми підвищення рівня фінансової безпеки підприємства.

Альтернативами обрано дії, серед яких має проводитися вибір задля підвищення фінансової безпеки підприємства. Серед альтернатив виділено:

- підвищення рентабельності капіталу;
- зменшення витрат;
- збільшення оборотності оборотних активів;
- зменшення коефіцієнта фінансового ризику [6].

Для порівняння альтернатив встановлено критерії, що походять з мети дослідження і задовольняють ці альтернативи. Серед критеріїв виділено:

- забезпечення ефективності управління;
- забезпечення платоспроможності та стійкого фінансового стану;

- підвищення ділової активності;
- ринкову стійкість [6].

Усі ці критерії відіграють важливу роль у формуванні прибутку підприємства, отже, суттєво впливають на фінансову безпеку підприємства.

Після визначення мети, критеріїв та альтернатив побудуємо ієрархію (рис. 1) [3; 6].

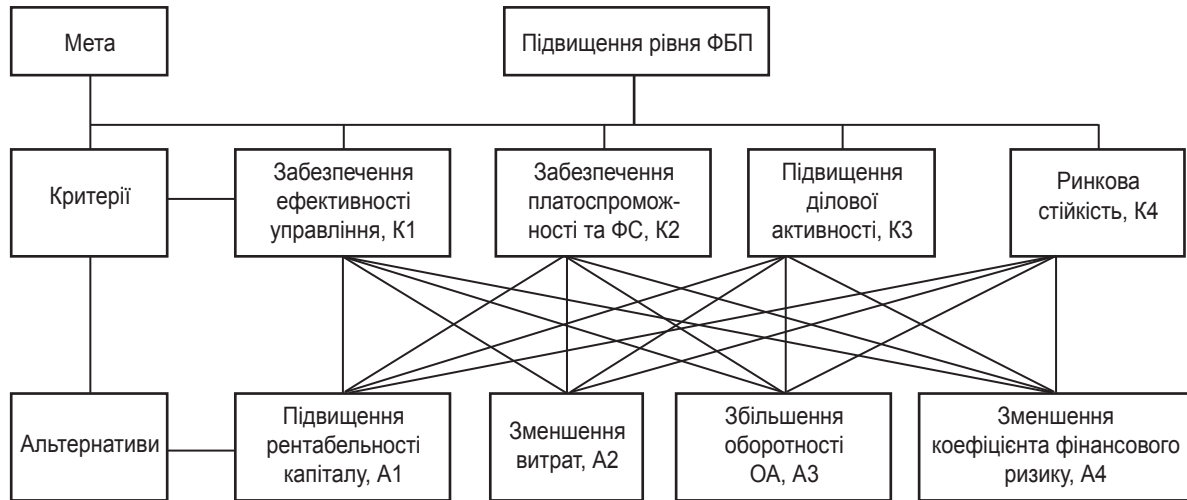


Рис. 1. Декомпозиція задачі ієрархії вибору критерію підвищення фінансової безпеки підприємства

Після побудови декомпозиції задачі ієрархії визначимо пріоритетність критеріїв при виборі альтернатив на підставі попарних оцінок суджень (табл. 1) [3; 6].

Таблиця 1

Матриця парних порівнянь суджень за методом аналізу ієрархії Сааті Т.

Критерії	К1	К2	К3	К4
К1	1	1/5	3	1/3
К2	5	1	9	3
К3	1/3	1/9	1	1/5
К4	3	1/3	5	1

У табл. 1:

- 1 – однакові за значущістю критерії;
- 3 – слабка перевага критерію;
- 5 – істотна значущість критерію;
- 7 – сильна значущість;
- 9 – дуже сильна значущість;
- 2; 4; 6; 8 – проміжні значення.

Пріоритетність критеріїв подано в табл. 2 [6].

Таблиця 2

Пріоритетність критеріїв

Критерій	К1	К2	К3	К4	Wj	Wнорм
К1	1	1/5	3	1/3	0,66874	0,1140
К2	5	1	9	3	3,408658	0,5811
К3	1/3	1/9	1	1/5	0,293371	0,0500
К4	3	1/3	5	1	1,495349	0,2549
Σ	9,3333	1,6444	18,0000	4,5333	5,8661	1

У табл. 2:

W – компонента власного вектора матриці (середнє значення оцінок пріоритетності);

$W_{\text{норм}}$ – нормований вектор матриці попарних порівнянь (вектор пріоритетів).

За результатами розрахунків найбільш пріоритетним критерієм, що визначає сценарій підвищення рівня фінансової безпеки підприємства, є забезпечення платоспроможності та фінансової стійкості (K2) (табл. 3) [6].

Таблиця 3

Оцінка узгодженості

λ	4,075355
уу	0,025118
оу	0,026721

Значення індексу узгодженості менше 0,2 та відносної узгодженості менше 0,1 свідчить про узгодженість думок експертів.

Наступним етапом є визначення пріоритетів альтернатив за кожним з критеріїв (табл. 4–7) [6].

Таблиця 4

Пріоритет альтернатив за критерієм підвищення ефективності управління

Альтернатива	A1	A2	A3	A4	W_j	$W_{\text{норм}}$
A1	1	1/4	3	5	1,39	0,22
A2	4	1	7	9	3,98	0,64
A3	1/3	1/7	1	2	0,56	0,09
A4	1/5	1/9	1/2	1	0,32	0,05
Σ	5,53	1,50	11,50	17,00	6,26	1,00

Таблиця 5

Пріоритет альтернатив за критерієм забезпечення платоспроможності та фінансової стійкості

Альтернатива	A1	A2	A3	A4	W_j	$W_{\text{норм}}$
A1	1	7	5	5	10,66	0,618684696
A2	1/7	1	1/3	1/5	0,33	0,053138897
A3	1/5	3	1	1/2	0,75	0,125889693
A4	1/5	5	2	1	2,2	0,202286714
Σ	1,54	16,00	8,33	6,70	5,88	1,00

Таблиця 6

Пріоритет альтернатив за критерієм підвищення ділової активності

Альтернатива	A1	A2	A3	A4	W_j	$W_{\text{норм}}$
A1	1	1/3	1/7	1/5	0,31	0,055022492
A2	3	1	1/5	1/3	0,67	0,117786382
A3	7	5	1	3	3,20	0,563812769
A4	5	3	1/3	1	1,50	0,263378357
Σ	16,00	9,33	1,68	4,53	5,68	1,00

З розрахунків бачимо, що найкращою альтернативою для критерію K1 «Підвищення ефективності управління» є зменшення витрат, адже там найвища пріоритетність. Для критерію K2 «Забезпечення платоспроможності» найкращою є альтернатива збільшення рентабельності капіталу. Для критерію K3 «Підвищення ділової активності» найкращою є альтернатива підвищення оборотності оборотних активів. Для критерію K4 «Ринкова стійкість» найкращою є альтернатива зменшення коефіцієнта фінансового ризику.

Таблиця 7

Пріоритет альтернатив за критерієм ринкової стійкості

Альтернатива	A1	A2	A3	A4	W_j	$W_{норм}$
A1	1	3	9	1/2	1,91683	0,335468433
A2	1/3	1	5	1/3	0,86334	0,151094999
A3	1/9	1/5	1	1/9	0,22291	0,039012561
A4	2	3	9	1	2,71081	0,474424007
Σ	3,44	7,20	24,00	1,94	5,71	1,00

Далі визначимо глобальний пріоритет альтернатив із урахуванням значущості критеріїв шляхом перемноження матриці пріоритетів альтернатив за кожним критерієм на матрицю пріоритетів критеріїв (табл. 8) [6].

Таблиця 8

Глобальний пріоритет альтернатив з урахуванням значущості критеріїв

	$W_{норм}$ альтернатив				$W_{норм}$	Пріоритет
A1	0,22	0,6186	0,0550	0,3354	0,114	0,4731
A2	0,64	0,0531	0,1177	0,1510	0,5810	0,1478
A3	0,09	0,1258	0,5638	0,0390	0,0500	0,1214
A4	0,05	0,2022	0,2633	0,4744	0,2549	0,2575

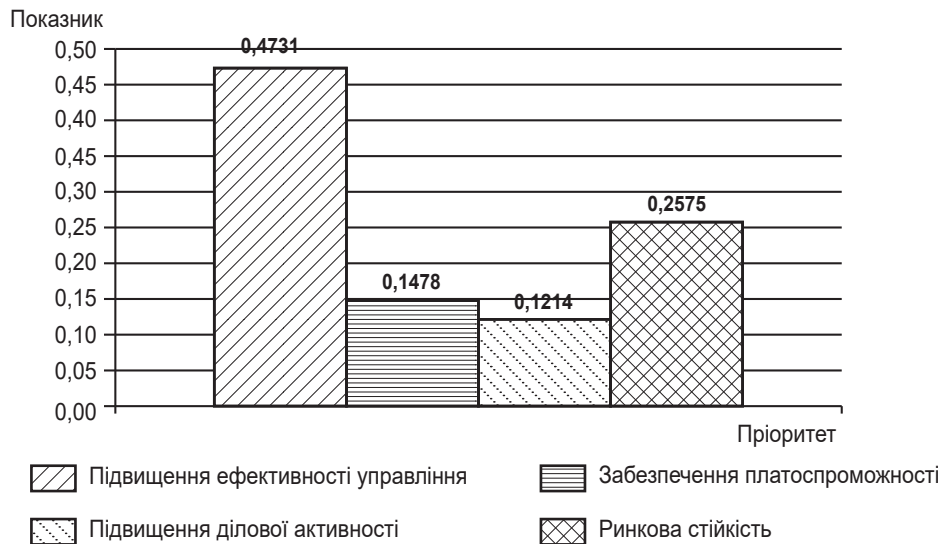


Рис. 2. Значення оцінки пріоритету сценарію підвищення фінансової безпеки підприємства

Таким чином, для підвищення фінансової безпеки підприємства необхідно спочатку підвищити ефективність управління шляхом зменшення витрат, що сприятиме підвищенню рентабельності капіталу. Тим самим підприємство забезпечить платоспроможність і покращить свій фінансовий стан. Високий рівень платоспроможності спричинить зменшення коефіцієнта фінансового ризику, сприятиме підвищенню ринкової стійкості. Усі ці альтернативи позитивно впливатимуть на ділову активність підприємства. Така послідовність реалізації альтернатив дасть змогу підприємству оптимально підвищити рівень його фінансової безпеки.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Кузенко Т. Б.

Література: 1. Бланк И. А. Управление финансовой безопасностью предприятия. Киев : Ника-Центр ; Эльга, 2004. 776 с. 2. Горячева К. С. Финансова безпека підприємства. Сутність та місце в системі економічної безпеки. *Економіст*. 2003. № 8. С. 65–68. 3. Ареф'єва О. В., Кузенко Т. Б. Економічні основи формування фінансової скла-

дової економічної безпеки. *Актуальні проблеми економіки*. 2009. № 1. С. 98–103. **4.** Мунтіян В. І. Економічна безпека України. Київ : КВІЦ, 1999. 464 с. **5.** Пономаренко О. Е. Теоретичні аспекти фінансової безпеки підприємств. *Економіка розвитку*. 2010. №1 (53). С. 77–80. **6.** Дубровін В. І., Круглікова В. В., Фандєєва К. О. Метод аналізу ієрархій у підвищенні ефективності рекламної кампанії. *Держава та регіони*. 2011. № 4. С. 87–91.

МЕТОДИ АНАЛІЗУ ФІНАНСОВИХ РЕЗУЛЬТАТІВ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

УДК 336.011

Нечай А. О.

Студент 4 курсу
фінансового факультету ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. Досліджено сутність основних методичних підходів до аналізу фінансових результатів діяльності підприємства. Систематизовано й узагальнено основні переваги та недоліки їх практичного застосування. Конкретизовано роль і значення фінансового аналізу для прийняття обґрунтованих управлінських рішень.

Ключові слова: підприємство, організація, виробництво, суб'єкт господарювання, фінанси, фінансовий результат, фінансовий стан, фінансовий аналіз, методи аналізу фінансових результатів.

Аннотация. Исследована сущность основных методических подходов к анализу финансовых результатов деятельности предприятия. Систематизированы и обобщены основные преимущества и недостатки их практического применения. Конкретизированы роль и значение финансового анализа для принятия обоснованных управленческих решений.

Ключевые слова: предприятие, организация, производство, субъект хозяйствования, финансы, финансовый результат, финансовое состояние, финансовый анализ, методы анализа финансовых результатов.

Annotation. The essence of the main methodological approaches to the analysis of the financial results of the enterprise's activity is investigated. The main advantages and disadvantages of their practical application are systematized and summarized. Specified the role and importance of financial analysis for making sound management decisions.

Keywords: enterprise, organization, production, business entity, finance, financial result, financial condition, financial analysis, methods for analyzing financial results.

За умов ринкової економіки підвищується самостійність і відповідальність суб'єктів господарювання щодо підготовки та прийняття управлінських рішень, ефективність яких багато в чому залежить від об'єктивності, своєчасності та всебічної оцінки існуючого й очікуваного фінансового стану підприємства.

Оцінювання фінансового стану становить інтерес як для самого підприємства (яке хоче знати реальний стан справ у своїй діяльності і розробляти заходи щодо його покращення), так і для інвесторів (зацікавлених у ефективності інвестування своїх коштів), можливих кредиторів і постачальників (для впевненості у платоспроможності підприємства) і партнерів по бізнесу [10].

Метою написання статті є дослідження методів аналізу фінансових результатів діяльності підприємства, їхніх переваг і недоліків.

Сутність фінансового аналізу полягає у спеціальній обробці даних, що характеризують ті чи інші аспекти фінансового стану та діяльності підприємства, задля розробки ефективних управлінських рішень, спрямованих на підтримку або удосконалення існуючого фінансового стану суб'єкта господарювання [3].

Основними джерелами інформації в аналізі фінансових результатів є дані фінансової звітності ф. № 1 «Баланс», ф. № 2 «Звіт про фінансові результати», ф. № 3 «Звіт про рух грошових коштів», ф. № 4 «Звіт про власний капітал», ф. № 6 «Примітки до річної фінансової звітності» [4].

У ході аналізу фінансових результатів підприємства можуть використовуватися різноманітні прийоми, методи та моделі аналізу, кількість і спектр яких залежать від конкретних цілей і завдань.

Методи та прийоми, що є використовуваними у ході аналізу фінансових результатів підприємства, подано на рис. 1 [6].

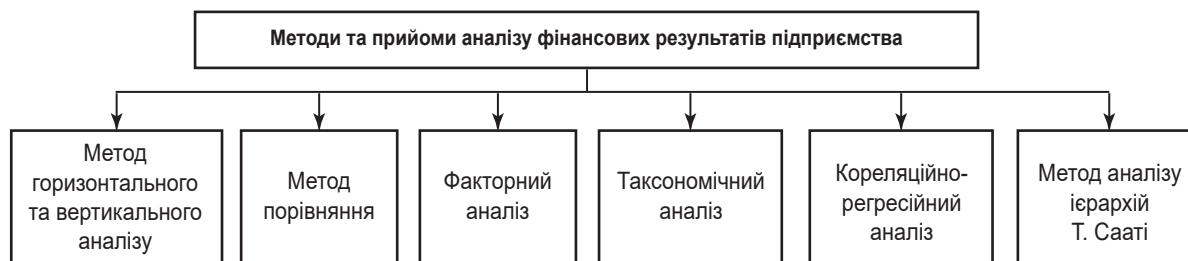


Рис. 1. Методи та прийоми аналізу фінансових результатів діяльності підприємства

Горизонтальний аналіз орієнтований на оцінку динаміки й закономірностей зміни окремих показників. У процесі проведення горизонтального аналізу оцінюють систему показників динаміки: абсолютний приріст (ланцюговий, базовий і середній), темп (коефіцієнт) зростання (приросту), розмір одного відсотка приросту.

Вертикальний аналіз орієнтований на оцінку структури підсумкового показника задля визначення впливу структурних змін на зміну загального показника. У балансі підприємства оцінюється структура активів і пасивів, як елемент структури можна використати окремі розділи або статті [9].

Факторний аналіз дає змогу оцінити вплив факторів на зміну результативного показника, а звідси і пошук резервів виробництва.

Практично всі прийоми факторного аналізу спираються на логічний прийом – елімінування. Сутність елімінування полягає у тому, що якщо оцінюється вплив певного фактора на зміну результативного показника, решта факторів, що утворюють разом із досліджуваним факторну систему, залишаються незмінними.

Таксономічний метод застосовують для зіставлення об'єктів, які характеризуються великою кількістю ознак. У загальному вигляді таксономія дає змогу розв'язати проблему впорядкування багатомірних об'єктів або процесів стосовно заданого нормативного вектора еталона.

Одним із результатів застосування таксономічного аналізу є таксономічний коефіцієнт рівня розвитку. Коефіцієнт таксономії застосовують для статистичної характеристики більшості об'єктів. За його допомогою можна оцінити досягнутий у певному періоді середній рівень значення ознаки, який характеризує аналізоване явище. Основною метою застосування методу таксономії є отримання інформації про наявність або відсутність однорідності в досліджуваній сукупності об'єктів, локальні згущення або розрідження у цій сукупності точок-об'єктів [8].

Кореляційно-регресійний аналіз є методом кількісної оцінки взаємозалежностей між статистичними ознаками, що характеризують окремі суспільно-економічні явища та процеси. Перевагою цього методу є те, що він дає змогу розв'язувати задачі, які неможливо розв'язати за застосування інших методів, так, наприклад, розподілу впливу багатьох факторів, які діють взаємопов'язано.

Застосування методу кореляції та регресії дає змогу вирішити такі основні завдання: установити характер і щільність зв'язку між досліджуваними явищами, визначити та кількісно виміряти ступінь впливу окремих факторів і їх комплексу на рівень досліджуваного явища, розрахувати кількісні зміни аналізованого явища при прогнозуванні показників і дати об'єктивну оцінку діяльності підприємства [6].

Метод аналізу ієрархій (МАІ) є методологічною основою для розв'язання задач вибору альтернатив за допомогою їх багатокритеріального рейтингування.

Водночас остаточно не визначено, який метод аналізу є наприйнятнішим на практиці, дає змогу всебічно і комплексно провести аналіз фінансових результатів підприємства, обґрунтувати ефективні управлінські рішення. Проведений аналіз дає підстави стверджувати, що більшість науковців надають перевагу горизонтальному, вертикальному та коефіцієнтному аналізу [6].

Виходячи з сутності методів аналізу показників фінансових результатів, можна визначити їх переваги та недоліки (табл. 1) [6].

Переваги та недоліки методів аналізу й оцінки фінансових результатів діяльності підприємства

Метод	Переваги	Недоліки
Горизонтальний	<i>Застосування методу дає змогу:</i> – одержати найзагальніше уявлення щодо якісних змін, що відбулися, а також їх динаміки	– відсутній механізм порівняння окремих варіантів економічних рішень; – не передбачено взаємозамінюваності різних ресурсів, через що унеможливується вибір оптимального варіанта розвитку економічної системи; – обмежено врахування інфляції
Вертикальний	– визначити структуру підсумкових фінансових показників із виявленням впливу кожної позиції звітності на результат у цілому	– складність вибору моделі; – трудомісткість; – проблеми інтерпретації інформації; – неточність даних
Трендовий	– простежити за показниками тенденцію розвитку, зробити прогноз на перспективу	– трудомісткий; – не завжди можна обмежити кількість показників і факторів для аналізу; – ситуації, коли зміни величин коефіцієнтів у динаміці не можуть бути інтерпретовані належним чином, оскільки значення для розрахунку змінюються у часі
Факторний аналіз	– побачити рівень фінансового стану на підприємстві протягом кожного звітного періоду, простежити тенденцію його зміни шляхом визначення ключових факторів впливу на основні показники	– суб'єктивність оцінки при розподілі елементів на стимулятори та дестимулятори
Таксономічний	– згрупувати показники фінансових результатів за певною характеристикою	– взаємозалежність усіх змінних; – можливість розробки лише короткострокового прогнозу; – можуть бути перешкоди для отримання інформації про зовнішні фактори; – потребує складних досліджень ринку
Кореляційно-регресійний аналіз	– через оцінку зв'язку між взаємодіючими явищами визначити щільність залежності, установити зміну результативності ознаки під впливом різних факторів	– немає засобів для перевірки достовірності даних
Метод аналізу ієрархії Сааті Т.	– повноцінно враховувати всі критерії щодо вибору оптимального інвестиційного проекту, урахувати людський фактор	

Таким чином, аналіз даних таблиці засвідчує, що найчастіше під час аналізу показників фінансової та виробничої сфери, собівартості за елементами витрат, структури бухгалтерського балансу, загального фінансового стану підприємства використовують методи вертикального та горизонтального порівняльного аналізу. Оцінити фінансову звітність підприємства допомагають і різні фінансові коефіцієнти, що показують фінансові пропорції: показники ефективності виробничої діяльності, ліквідності та фінансової стійкості. Залежно від конкретних цілей і задач можна провести фінансовий аналіз різного ступеня деталізації.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Добринь С. В.

Література: 1. Базилінська О. Я. Фінансовий аналіз: теорія та практика : навч. посіб. Київ : Центр навч. літ., 2009. 328 с. 2. Білик М. Д., Білик Т. О. Фінансові результати діяльності малих підприємств: оцінка та прогнозування : монографія. Київ : ПанТот, 2012. 280 с. 3. Бланк І. О., Ситник Г. В. Фінансове забезпечення розвитку підприємств / за ред. І. О. Бланка. Київ : КНТЕУ, 2011. 344 с. 4. Грабовецький Б. Є. Економічний аналіз : навч. посіб. Київ : Центр навч. літ., 2009. 256 с. 5. Ефимова О. В. Финансовый анализ. М. : Омега-Л, 2010. 352 с. 6. Ковалевська А. В., Асеев С. І. Критичний аналіз методів оцінки фінансового стану підприємства. *Бізнес Інформ*. 2012. № 3. С. 163–169. 7. Литвин Б. М., Стельмах М. В. Фінансовий аналіз : навч. посіб. Київ : ХайТек Прес, 2008. 336 с. 8. Плюта В. Сравнительный анализ в экономических исследованиях: методы таксономии и факторного анализа. М. : Статистика. 1980. 152 с. 9. Уткіна Н. В. Економічний зміст фінансових результатів діяльності підприємства: історичний аспект. *Формування ринкових відносин в Україні*. 2007. № 1. С. 133–137. 10. Філімоненков О. С. Фінанси підприємств : навч. посіб. Київ : МАУП, 2004. 328 с.

РОЛЬ НЕВЕРБАЛЬНОЇ КОМУНІКАЦІЇ У СИСТЕМІ ДІЛОВОГО СПІЛКУВАННЯ

УДК 316.772.2:174.4

Ніколаєва К. В.

Студент 2 курсу
факультету менеджменту і маркетингу ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. Досліджено роль і значення взаємодії між людьми за допомогою невербальної комунікації. Розглянуто питання використання невербальної комунікації в житті сучасної ділової людини для налагодження контакту та досягнення бажаного результату.

Ключові слова: невербальні засоби комунікації, мова тіла, жестикуляція, міміка, кинесика, такесика, сенсорика, проксеміка, тактильна поведінка, ділове спілкування.

Аннотация. Исследованы роль и значение взаимодействия между людьми с помощью невербальной коммуникации. Рассмотрены вопросы использования невербальной коммуникации в жизни современного делового человека для налаживания контакта и достижения желаемого результата.

Ключевые слова: невербальные средства коммуникации, язык тела, жестикуляция, мимика, кинесика, такесика, сенсорика, проксемика, тактильное поведение, деловое общение.

Annotation. The role and importance of interaction between people through non-verbal communication has been investigated. The issues of using non-verbal communication in the life of a modern business person to establish contact and achieve the desired result are considered.

Keywords: non-verbal means of communication, body language, gesticulation, mimicry, kinesics, takesika, sensory, proxemics, tactile behavior, business communication.

Ділове спілкування як вид комунікації є взаємодією керівника і підлеглих, співробітників у межах трудового колективу, партнерів, а також представника організації та клієнта (реального або потенційного). Основна ціль ділового спілкування – ефективна взаємодія, досягнення мети, отримання результату, у тому числі вираженого в моральному або матеріальному прибутку.

Фахівцю, який вивчає ділове спілкування, важливо не лише знати принципи ділової етики, дотримуватися етикетних норм, які є дуже важливими у житті бізнесмена, а й розуміти особливості не лише вербальної, а й не вербальної комунікації, що становить 65 % її засобів.

Отже, вивчення невербальної комунікації є необхідним для системи ділового спілкування.

Метою написання статті є аналіз засобів невербальної комунікації та їх сутності.

Дослідженням цієї проблеми займалися і займаються Тайгер П., Лабунська В., Дівненко О., Горяніна В. та ін.

Менеджер, політик, бізнесмен беруть участь у багатьох зустрічах і переговорах. Щоб досягти професійного успіху у сфері ділового спілкування, таким людям необхідні певні знання й уміння: знаходити підхід до людей, заручатися їх підтримкою, вибудовувати правильні стосунки.

Невербальна поведінка людини є основною складовою комунікації, у тому числі ділової. Вона нерозривно пов'язана із її психічним станом і є засобом його вираження [4].

Невербальні засоби комунікації можуть передавати значний обсяг інформації. Знаючись на видах невербальної комунікації, можна краще зрозуміти засоби їх вираження, оскільки комунікація такого типу є здійснюваною всіма органами почуттів, із яких власно і формується комунікативний канал.

Розглянемо основні сегменти невербальної комунікації. Так, кинесика є сукупністю рухів тіла, жестів і поз, що є доповненням виразності засобів комунікації. Основними елементами кинесики є міміка, пози, жести і погляди, вони мають фізіологічне або соціокультурне походження. У діловому спілкуванні застосовують жести: вони мають бути однозначними, такими, що будуть конкретно розтлумачені всіма партнерами по комунікації, оскільки не-правильна інтерпретація жестів може мати негативні наслідки [5].

Характерна для людини постава і типові пози є одним із компонентів образу особи, які також впливають на враження, яке складається у взаємодії з нею. Постава надає фігурі загальний вигляд і залежить від звичного положення корпусу і голови. Певні пози є пов'язаними з певними діями чи якостями особистості [3].



Хода є відображенням особи, може бути показником її роду занять, емоційного стану, іноді хода може свідчити про перенесені хвороби. Хода характеризується ритмом, швидкістю, тиском на поверхню, довжиною кроку, еластичністю і мінливістю.

Міміка – рух м'язів обличчя, що відображає внутрішній емоційний стан. Завдяки їй можна отримати справжню інформацію про те, що переживає людина. Мімічні вирази несуть понад 70 % інформації, тобто очі, погляд, обличчя людини здатні сказати більше, ніж вимовлювані слова.

Тактильна поведінка, тобто різні типи дотиків до співрозмовника, який перебуває у безпосередній близькості, також має місце в діловому та професійному спілкуванні. Кожний тип дотику є необхідним людині для ослаблення або посилення комунікативного зв'язку.

Сенсорика є одним із видів невербальної комунікації, у її основі лежить чуттєве сприйняття [4]. Ставлення до партнера формується зі сприйняття органів почуттів: запахів, відчуття смаку, сприйняття звукових і колірних поєднань, відчуття тіла співрозмовника.

Проксемика досліджує просторові умови спілкування, для ділової комунікації передбачено дотримання певних просторових норм. Проксемика розглядає залежність дистанції від міжособистісних стосунків співрозмовників. Існують оптимальні «зони» для різних видів спілкування: інтимна, особиста, соціальна й публічна [3].

У діловому спілкуванні невербальна комунікація відіграє важливу роль. Кожній людині важливо вміти правильно використовувати можливості власного тіла для передачі співрозмовнику інформації. Ділові люди використовують невербальне спілкування для переконання опонента, схилення співрозмовника до власної точки зору, укладання угод та ін. [5].

Таким чином, крім вербального, завжди слід пам'ятати про невербальний засіб спілкування, який відображає культуру людини, є джерелом додаткової інформації, що полегшує спілкування. Подальші дослідження мають бути спрямовані на визначення впливу невербальної комунікації на прибуток підприємства.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Немашкало К. Р.

Література: 1. Горянина В. А. Психология общения : учебник. М. : Академия, 2002. 416 с. 2. Дивненко О. В. Культура речи и деловое общение : учебное пособие. М. : Национальный институт бизнеса, 2004. 62 с. 3. Дивненко О. В. Формирование коммуникативной компетентности: теоретико-методологические основы. М. : Институт международных социально-гуманитарных связей, 2004. 4. Лабунская В. А. Невербальное поведение (социально-перцептивный подход) : учебное пособие. Ростов-на-Дону, 1986. 136 с. 5. Тайгер П., Баррон-Тайгер Б. Читатель человека как книгу. М. : АСТ, 2000. 288 с.



PROCESS AND METHODS OF CHOOSING A STRATEGY

UDC 338:658

A. Nikitenko

The 2nd year student
of the Faculty of Management and Marketing of KhNEU S. Kuznets

Annotation. The process of choosing the strategy of the enterprise, the principles of its formation and the impact on the activities of the enterprise are considered. The basic methods of choosing the strategy of the enterprise, aimed at ensuring the effective functioning of the enterprise, are investigated.

Keywords: enterprise, organization, business entity, finance, efficiency, strategy, choice of enterprise strategy.

Анотація. Розглянуто процес вибору стратегії підприємства, принципи її формування та вплив на діяльність підприємства. Досліджено основні методи вибору стратегії підприємства, що є спрямованими на забезпечення ефективного функціонування підприємства.

Ключові слова: підприємство, організація, суб'єкт господарювання, фінанси, ефективність, стратегія, вибір стратегії підприємства.

Аннотация. Рассмотрены процесс выбора стратегии предприятия, принципы ее формирования и влияние на деятельность предприятия. Исследованы основные методы выбора стратегии предприятия, направленные на обеспечение эффективного функционирования предприятия.

Ключевые слова: предприятие, организация, субъект хозяйствования, финансы, эффективность, стратегия, выбор стратегии предприятия.

The process of choosing a strategy consists of the stages of development, refinement and analysis (evaluation). In practice, these steps are difficult to separate, because they represent different levels of a single analysis process, but use different methods. At the development stage, strategies are formulated to achieve the goals. The main task of this stage is to develop as many alternative strategies as possible to achieve the set goals. This greatly extends the choice and allows you not to miss a potentially better option. Therefore, not only senior managers are involved in the work, but middle managers as well. The next stage of strategy development is to finalize the overall strategy to the level of its adequacy to the goals of the organization's development in all their diversity. The decisive factor in choosing a development strategy is the analysis and evaluation of alternative options. The task of the evaluation is to choose a strategy that would ensure the maximum efficiency of the firm's activities in the future to achieve its main objectives. There is a filling of the overall strategy with concrete content.

The strategic choice should be based on a clear concept of the development of the organization, and the wording itself is unambiguous and clear. The significance of the choice is determined by the fact that the chosen strategy for a long time limits the freedom of actions of management and has a profound influence on all decisions made by it. At the same time, many factors must be taken into account: risk, experience of past strategies, influence of stockholders, time factor, etc. There are several methodological approaches that allow evaluating strategic alternatives of the company's development. They can be used locally or in a specific combination, depending on the task. Let's consider each stage of the process and the methods of choosing an enterprise strategy in more detail (Fig. 1) [1].

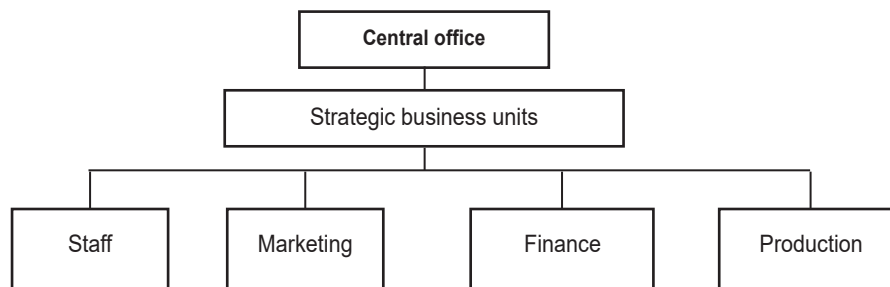


Fig. 1. Hierarchical structure of strategies

Strategic alternatives are possible directions of movement, a set of options for strategic development of the organization, allowing achieves strategic goals. Each strategic alternative provides different opportunities and is characterized by different costs and results, which predetermines the need for strategic choice. Strategic alternatives can be divided into three types.

1. The alternatives to gradual improvement are different options for continuing, adjusting existing, previously adopted organizational strategies.
2. Alternatives to updating, when building on existing strategies, organization significantly change the direction of activity, providing for major changes in scope, shape and purpose, the ratio to the ideas about the market and the existing ways of doing business.
3. Innovative alternatives that lead to radical changes in the organization's strategy, use completely new breakthrough products or methods of competition [2].

The choice of different options for policy portfolios is influence consumers, suppliers and competitors. They are all in different ways evaluate the main characteristics of the product, industry, technology, competitive advantages, goals and methods of state regulation, strategic potential of the organization. It is not necessary, only to fix the current state of these



factors, and to predict them changes for the planned period. Forecasting can be carried out: by the method of strong and weak signals, by extrapolation, investigative methods (Ishikawa diagram) and expert (subjective) methods.

To form an assessment and strategic alternatives different methodical approaches are used:

- competitive strategic approach;
- strategic approach based on the development of scenarios;
- strategic approach based on modeling;
- strategic approach based on brainstorming;
- strategic approach «Market growth – competitive position of the enterprise»;
- strategic approach based on SWOT analysis results;
- portfolio strategic approach;
- ambitious strategic approach and others [4].

If we are talking about SWOT analysis, it is often used in strategic planning. Any action of the company can begin with it. For example, such as researching new initiatives, new development strategies, possible changes [3].

This analysis is a great way to improve business strategies.

Let's discover methodic of competitive strategic approach more deeply. Strategy for achieving the competitive advantage should correspond to the established and predictable market conditions. For a situation of predominance price competition, the leadership strategy for costs, for non-price competition – the strategy of differentiation, when there is a promising market niche or insufficient investment means of a strategy of focusing, etc. Main questions of the methodic of competitive strategic approach are described in the Table 1 [2].

Table 1

Main questions of the methodic of competitive strategic approach

To whom and what to sell	Where and how to compete
<ul style="list-style-type: none"> – manufacture of old goods; – production of modified goods; – production of a new product, satisfying the same need; – production of a new product, satisfying a new need; – promotion of one product or the use of multi-product approach; – combination of investments in production and different products; – satisfaction of needs and requirements individual customer segments or total segmented market 	<ul style="list-style-type: none"> – activities under the specific region, national system of economy or world market; – occupation of a certain market share; – commitment to this industry or transition to other industries; – achievement of one or another competitive advantage; – choice of methods competition

Variants of answers are formed in vision and mission of the organization, strategic goals, and also the results of external and internal analysis. The answers depend on trends and prospects for the development of the industry, its life cycle stages, industry average costs, growth potential, barriers to entry and exit, key success factors, the presence of an experimental curve, the presence of cluster formations, availability of free investment funds, nature competition, relationships with suppliers, the availability of goods-substitutes, the specifics of a particular competitive advantage [4].

Using strategic competitive strategy to form a strategy approach, initially it is necessary to answer the questions: what and whom to sell, where and how to compete.

Supervisor – Candidate of Sciences (Economics), Associate Professor Mazorenko O. V.

Literature: **1.** Хангер Д., Уилен Т. Основы стратегического менеджмента. М. : Юнити-Дана, 2008. 320 с. **2.** Екатериновская М. А. Стратегический менеджмент. СПб. : Питер, 2008. 560 с. **3.** Жиделева В. В., Каптейн Ю. Н. Экономика предприятия : учебное пособие. М. : Инфра-М, 2010. 134 с. **4.** Зайцев Л. Г., Соколова М. И. Стратегический менеджмент : учебник. М. : Экономист, 2002. 416 с.



ФАКТОРНИЙ АНАЛІЗ РЕНТАБЕЛЬНОСТІ ВЛАСНОГО КАПІТАЛУ ПІДПРИЄМСТВА ГАЛУЗИ МЕТАЛУРГІЙНОГО ВИРОБНИЦТВА

УДК 303.722.2:658.155

Нурлаєва Е. Л.

Студент 4 курсу
фінансового факультету ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. Обґрунтовано необхідність проведення факторного аналізу рентабельності власного капіталу підприємства, визначено основні методи його проведення. На прикладі ТОВ «Біол» проведено аналіз рентабельності власного капіталу із застосуванням методу ланцюгових підстановок і методу виявлення ізольованого впливу факторів. Конкретизовано основні фактори впливу на зміну показника.

Ключові слова: підприємство, організація, виробництво, металургійне виробництво, фінанси, капітал, ефективність, рентабельність, факторний аналіз, рентабельність власного капіталу, метод ланцюгових підстановок, метод ізольованого впливу.

Аннотация. Обоснована необходимость проведения факторного анализа рентабельности собственного капитала предприятия, определены основные методы его проведения. На примере ООО «Биол» проведен анализ рентабельности собственного капитала с применением метода цепных подстановок и метода выявления изолированного влияния факторов. Конкретизированы основные факторы влияния на изменение показателя.

Ключевые слова: предприятие, организация, производство, металлургическое производство, финансы, капитал, эффективность, рентабельность, факторный анализ, рентабельность собственного капитала, метод цепных подстановок, метод изолированного влияния.

Annotation. It justifies the need for a factor analysis of the return on equity of an enterprise, identifies the main methods for its implementation. Using the example of Biol, LLC, we analyzed the return on equity using the method of chain substitutions and the method of identifying the isolated influence of factors. Concretized the main factors influencing the change in the index.

Keywords: enterprise, organization, production, metallurgical production, finance, capital, efficiency, profitability, factor analysis, return on equity, method of chain substitutions, method of isolated influence.

За сучасних умов розвитку для оцінки результативності та ефективності функціонування підприємства недостатньо оцінювати лише розмір його чистого прибутку, оскільки є показником лише абсолютного ефекту від господарської діяльності, без урахування інших важливих факторів. Іншими показниками результативності підприємства є коефіцієнти рентабельності. Рентабельність є відносним показником результативності підприємства, що характеризує ефективність господарської діяльності підприємства за певний період часу. Якщо підприємство є рентабельним, воно має можливість накопичувати фінансові ресурси та забезпечувати інтереси інвесторів.

Науковці вже тривалий час досліджують питання факторного аналізу рентабельності власного капіталу підприємства. Значний внесок у розробку методів факторного аналізу рентабельності зробили Іванілов О. С., Перетятко А. Ю., Божидай І. І. та ін. Автори пропонують проведення аналізу рентабельності підприємства та визначення напрямів змін його фінансового стану на підставі факторної моделі фірми Дюпон. Семенова О. М. та Серєда І. В. визначають шляхи підвищення рентабельності, які можна виявити за застосування факторних моделей оцінки кількісного впливу факторів на цей показник, що ґрунтуються на принципі ланцюгових підстановок [2].

Метою написання статті є проведення факторного аналізу рентабельності власного капіталу ТОВ «Біол» із застосуванням факторної моделі фірми Дюпон, а також визначення основних факторів впливу на цей показник.

Однією з найважливіших методик аналізу результативності діяльності підприємства є визначення величини впливу окремих факторів на приріст результативних показників. У детермінованому факторному аналізі для цього використовують такі способи: виявлення ізольованого впливу факторів, ланцюгової підстановки, абсолютних різниць, відносних різниць та ін. [3].

Серед цих методів найуніверсальнішим є метод ланцюгових підстановок. Застосування цього методу дає змогу отримати достовірні дані про вплив окремих факторів на результативний показник і визначити невикористані резерви підвищення рівня рентабельності. Метод ланцюгових підстановок полягає у поетапному усуненні впливу на всі фактори, крім одного. Передбачається, що фактори змінюються не одночасно, а у певній послідовності. Але

цей спосіб має певні недоліки: його застосування вимагає врахування черговості дії факторів і приєднує ефект взаємодії основних факторів до внеску структурних та якісних факторів. Усуває ці недоліки метод виявлення ізолюваного впливу факторів, який виходить з передумови, що при побудові індексної факторної системи змінюється один із факторів, який позначаємо 1, а решта фіксуються на базисному рівні та позначаються 0 [3].

Спрощеною формою методу ланцюгових підстановок є метод абсолютних різниць; формули розрахунку наведено нижче:

$$\begin{aligned} \Delta Y_{X1} &= \Delta X_1 \cdot X_{20} \cdot X_{30} \cdot X_{40} \cdot X_{50}; \\ \Delta Y_{X2} &= X_{11} \cdot \Delta X_2 \cdot X_{30} \cdot X_{40} \cdot X_{50}; \\ \Delta Y_{X3} &= X_{11} \cdot X_{21} \cdot \Delta X_3 \cdot X_{40} \cdot X_{50}; \\ \Delta Y_{X4} &= X_{11} \cdot X_{21} \cdot X_{31} \cdot \Delta X_4 \cdot X_{50}; \\ \Delta Y_{X5} &= X_{11} \cdot X_{21} \cdot X_{31} \cdot X_{41} \cdot \Delta X_5 \end{aligned} \quad (1)$$

де X_1 – частка чистого прибутку у фінансовому результаті до оподаткування (податкове навантаження);

X_2 – співвідношення фінансового результату до оподаткування до фінансового результату від операційної діяльності (відсоткове навантаження);

X_3 – рентабельність від реалізації продукції;

X_4 – оборотність активів;

X_5 – фінансова залежність [3].

Балансове співвідношення за методом ланцюгових підстановок перевіряють у такий спосіб:

$$\Delta Y = \Delta Y_{X1} + \Delta Y_{X2} + \Delta Y_{X3} + \Delta Y_{X4} + \Delta Y_{X5}. \quad (2)$$

Розрахунок абсолютних частинних приростів результативної ознаки за рахунок кожного з факторів при використанні методу виявлення ізолюваного впливу факторів проводять за формулами:

$$\begin{aligned} \Delta Y_{X1} &= X_{11} \cdot X_{20} \cdot X_{30} \cdot X_{40} \cdot X_{50} - X_{10} \cdot X_{20} \cdot X_{30} \cdot X_{40} \cdot X_{50}; \\ \Delta Y_{X2} &= X_{10} \cdot X_{21} \cdot X_{30} \cdot X_{40} \cdot X_{50} - X_{10} \cdot X_{20} \cdot X_{30} \cdot X_{40} \cdot X_{50}; \\ \Delta Y_{X3} &= X_{10} \cdot X_{20} \cdot X_{31} \cdot X_{40} \cdot X_{50} - X_{10} \cdot X_{20} \cdot X_{30} \cdot X_{40} \cdot X_{50}; \\ \Delta Y_{X4} &= X_{10} \cdot X_{20} \cdot X_{30} \cdot X_{41} \cdot X_{50} - X_{10} \cdot X_{20} \cdot X_{30} \cdot X_{40} \cdot X_{50}; \\ \Delta Y_{X5} &= X_{10} \cdot X_{20} \cdot X_{30} \cdot X_{40} \cdot X_{51} - X_{10} \cdot X_{20} \cdot X_{30} \cdot X_{40} \cdot X_{50} \quad [3]. \end{aligned} \quad (3)$$

Балансове співвідношення за методом ізолюваного впливу факторів перевіряють за формулою:

$$\Delta Y_e = \Delta Y - (\Delta Y_{X1} + \Delta Y_{X2} + \Delta Y_{X3} + \Delta Y_{X4} + \Delta Y_{X5}) \quad [3]. \quad (4)$$

Товариство з обмеженою відповідальністю «Біол» – провідний український виробник литого посуду з алюмінію, чавуну. Компанія понад 18 років на вітчизняному ринку, ринках країн СНД і Європи. Проведення дослідницьких робіт та аналіз ринку, постійне впровадження інновацій та оновлення асортименту є основою формування позитивного іміджу ТМ «Біол» [5].

Оскільки рентабельність власного капіталу «Біол» у 2015–2017 рр. була позитивною, доцільним є проведення факторного аналізу із застосуванням розкладання показників за моделлю Дюпон. Вихідні дані для розрахунку впливу розглянутих факторів на рівень рентабельності власного капіталу подано у табл. 1 [5].

Таблиця 1

Вихідні дані для проведення факторного аналізу рентабельності власного капіталу ТОВ «Біол», 2015–2017 рр.

№	Показник	Джерело розрахунку	Значення показника		Відхилення (+, -)
			2015	2017	2017/2015
1	2	3	4	5	6
1	Чистий дохід від реалізації продукції, тис. грн	ф. 2 р. 2000	204206	326054	121848
2	Власний капітал, тис. грн	ф. 1 р. 1495	95235	156827	61592
3	Загальна вартість активів, тис. грн	ф. 1 р. 1300	103817	176620	72803
4	Фінансовий результат до оподаткування, тис. грн	ф. 2 р. 2290	49043	42923	-6120
5	Фінансовий результат від операційної діяльності, тис. грн	ф. 2 р. 2190	48734	43106	-5628
6	Чистий фінансовий результат, тис. грн	ф. 2 р. 2350	39924	34499	-5425

Закінчення табл. 1

1	2	3	4	5	6
7	Частка чистого прибутку у фінансовому результаті до оподаткування (податкове навантаження, X_1)	ф. 2 р. 2350 / ф. 2 р. 2290	0,8141	0,8037	-0,0103
8	Співвідношення фінансового результату до оподаткування до фінансового результату від операційної діяльності (відсоткове навантаження, X_2)	ф. 2 р. 2290 / ф. 2 р. 2190	1,0063	0,9958	-0,0106
9	Рентабельність від реалізації продукції, X_3	ф. 2 р. 2190 / ф. 2 р. 2000	0,2387	0,1322	-0,1064
10	Оборотність активів, X_4	ф. 2 р. 2000 / ф. 1 р. 1300	1,9670	1,8461	-0,1209
11	Фінансова залежність, X_5	ф. 1 р. 1300 / ф. 1 р. 1495	1,0901	1,1262	0,0361
12	Рентабельність (збитковість) власного капіталу, %	$X_1 \times X_2 \times X_3 \times X_4 \times X_5$	41,92	22,00	-19,92

Розрахунки та порівняння результатів розкладання абсолютного приросту рентабельності власного капіталу ТОВ «Біол» у 2015–2017 рр. за факторами методом ланцюгових підстановок і методом виявлення ізольованого впливу факторів подано у табл. 2 [3; 5].

Таблиця 2

Порівняльний аналіз результатів факторного аналізу рентабельності власного капіталу ТОВ «Біол», 2017 р.

№	Приріст	Метод ланцюгових підстановок	Метод виявлення ізольованого впливу
1	Зміна рівня рентабельності власного капіталу за рахунок змін:	-0,1993	-0,1993
2	частка чистого прибутку у прибутку від звичайної діяльності до оподаткування (податкове навантаження)	-0,0053	-0,0053
3	співвідношення прибутку від звичайної діяльності до оподаткування до прибутку від реалізації продукції (відсоткове навантаження)	-0,0044	-0,0044
4	рентабельність від реалізації продукції	-0,1827	-0,187
5	оборотність активів	-0,014	-0,0258
6	фінансова залежність	0,0071	0,0139
7	спільні зміни	-	-0,2014

Аналіз рівня рентабельності власного капіталу ТОВ «Біол» методом ізольованого впливу факторів засвідчив, що у 2017 р. рівень рентабельності власного капіталу становив 22 %, порівняно з 2015 р. скоротився на 19,93 п.п. На скорочення рентабельності власного капіталу у 2017 р. вплинули такі фактори: зміною частки чистого прибутку у прибутку від звичайної діяльності до оподаткування зумовлено зниження рівня рентабельності власного капіталу на 0,53 п.п., зміною відсоткового навантаження – зниження рівня рентабельності власного капіталу на 0,44 п.п. Зміною рентабельності від реалізації продукції зумовлено зниження рівня рентабельності власного капіталу на 18,70 п.п., зміною оборотності активів – зниження рівня рентабельності власного капіталу на 2,58 п.п. Однак, зміна фінансової залежності позитивно вплинула та сприяла підвищенню рівня рентабельності власного капіталу на 1,39 п.п. [5].

З табл. 2 видно, що вплив деяких факторів на зміну рівня рентабельності власного капіталу, розрахований за двома методами, збігається. За застосування методу виявлення ізольованого впливу факторів вдалося встановити, що синергетичний ефект факторів спричинив зниження результативного економічного показника – рентабельності власного капіталу на 40,79 п.п. При цьому метод ланцюгових підстановок дав за окремими факторами дещо занижені результати порівняно з методом виявлення ізольованого впливу факторів [3; 5].

Отже, застосування методу виявлення ізольованого впливу факторів дало змогу визначити очищений вплив на зміну рівня рентабельності власного капіталу п'яти розглянутих факторів, а також виявити напрям і кількісну величину ефекту їх взаємодії.

Таким чином, під час проведення аналізу результативності діяльності підприємства аналіз рентабельності власного капіталу підприємства є невід'ємним процесом. Оскільки на діяльність підприємства впливають чимало



факторів, виявлення їх впливу можливе лише за умови проведення факторного аналізу. Для аналізу господарської діяльності ТОВ «Біол» у 2015–2017 рр. проведено факторний аналіз рентабельності власного капіталу із застосуванням факторної моделі фірми Дюпон. Встановлено, що протягом аналізованого періоду рентабельність власного капіталу підприємства значно скоротилася, що спричинено зниженням майже всіх показників, окрім фінансової залежності. Для подальшого підвищення рівня рентабельності власного капіталу ТОВ «Біол» необхідним є проведення заходів задля зростання чистого прибутку підприємства, скорочення витрат виробництва та збільшення оборотності активів, оскільки саме ці показники є визначними під час аналізу результативності діяльності будь-якого підприємства.

Науковий керівник – д-р екон. наук, професор Журавльова І. В.

Література: 1. Іванілов О. С., Перетятко А. Ю., Божидай І. І. Факторний аналіз рентабельності Укрзалізниці за методом фірми «Дюпон». *Вісник економіки транспорту і промисловості*. 2012. № 38. С. 186–189. 2. Семенова О. М., Серета І. В. Резерви підвищення рентабельності підприємства на основі факторного моделювання. *Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі*. 2014. № 1. С. 162–167. 3. Янковий О. Г. Детерміновані моделі факторного аналізу. *Методологія статистичного забезпечення розвитку регіону* : монографія / за ред. А. З. Підгорного. Одеса : Атлант, 2012. С. 126–148. 4. Янковой А. Г., Чернецкая Ю. А. Синергетический эффект факторов рентабельности собственного капитала предприятия. *Вестник ВГУ*. 2014. № 1. С. 145–151. 6. ТОВ «Біол» // Офіційний сайт ТОВ «Біол». URL: <https://biol.com.ua>.



ОЦІНКА ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ ПІДПРИЄМСТВА ІЗ ЗАСТОСУВАННЯМ МЕТОДУ ТАКСОНОМІЇ

УДК 330.322:336

Обіход Н. І.

Студент 4 курсу
фінансового факультету ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. Розглянуто проблеми оцінювання інвестиційної привабливості суб'єктів господарювання. Запропоновано застосування методу таксономії для побудови інтегрального показника інвестиційної привабливості підприємства. На прикладі ТОВ «Запорізький титано-магнієвий комбінат» проведено розрахунки, проаналізовано динаміку зміни рівня його інвестиційної привабливості.

Ключові слова: підприємство, організація, суб'єкт господарювання, фінанси, інвестиції, інвестиційна привабливість, метод таксономії, оцінка інвестиційної привабливості, інтегральний показник.

Аннотация. Рассмотрены проблемы оценки инвестиционной привлекательности субъектов хозяйствования. Предложено применение метода таксономии для построения интегрального показателя инвестиционной привлекательности предприятия. На примере ООО «Запорожский титано-магниевого комбинат» проведены расчеты, проанализирована динамика изменения уровня его инвестиционной привлекательности.

Ключевые слова: предприятие, организация, субъект хозяйствования, финансы, инвестиции, инвестиционная привлекательность, метод таксономии, оценка инвестиционной привлекательности, интегральный показатель.



Annotation. The problems of assessing the investment attractiveness of business entities are considered. The proposed application of the taxonomy method to build an integral indicator of the investment attractiveness of the enterprise. On the example of «Zaporizhia Titanium and Magnesium Combine» LLC, calculations are made, the dynamics of changes in the level of its investment attractiveness are analyzed.

Keywords: enterprise, organization, business entity, finance, investment, investment attractiveness, taxonomy method, assessment of investment attractiveness, integral indicator.

За умов посилення ринкової конкуренції між підприємствами проблематика оцінювання інвестиційної привабливості набуває все більшої актуальності, оскільки саме вона є основою для прийняття рішення інвестором щодо вкладення інвестицій, які є двигуном постійного розвитку підприємств. У зв'язку із цим важливістю набувають питання, що є пов'язаними з отриманням об'єктивної оцінки інвестиційної привабливості суб'єкта господарювання. Адекватна оцінка інвестиційної привабливості вітчизняних підприємств дасть змогу залучити відповідні кошти у розвиток вітчизняного підприємництва, створить умови для здорової конкуренції у вітчизняному ринковому середовищі, чим і зумовлено актуальність дослідження.

Дослідженням питань інвестиційної привабливості підприємства та підходів до її оцінки займалися і займаються Бланк І. А., Калантай А. В., Алексеєнко І. І., Коюда О. П. та ін. Автори висвітлюють окремі фундаментальні аспекти інвестиційної привабливості підприємства й методи її оцінки. Однак, подальшого дослідження потребують проблеми адекватної й об'єктивної оцінки інвестиційної привабливості підприємства.

Метою написання роботи є формування підходу до оцінювання інвестиційної привабливості підприємства із застосуванням методу таксономії.

Об'єктивна оцінка інвестиційної привабливості підприємства має базуватися на основних фінансово-господарських показниках, що формують рівень інвестиційної привабливості підприємства. Зважаючи на різноманіття показників, які необхідно систематизувати та проаналізувати для визначення рівня інвестиційної привабливості, доцільно використовувати один із методів багатовимірних порівнянь – таксономію, що є широко застосовуваним у процесі дослідження складних економічних явищ, таких як інвестиційна привабливість [4; 5].

Оцінка інвестиційної привабливості підприємства із застосуванням таксономічного методу передбачає реалізацію таких етапів: формування системи показників, стандартизацію значень обраних показників, визначення еталонного значення показників, зіставлення існуючих значень показників з еталонними, визначення інтегрального показника інвестиційної привабливості підприємства, інтерпретацію результатів оцінки інвестиційної привабливості підприємства [6].

Для оцінки інвестиційної привабливості підприємства із застосуванням таксономічного методу пропонується використання показників фінансового стану за такими напрямками оцінювання:

- ліквідність: коефіцієнт абсолютної ліквідності, коефіцієнт поточної ліквідності, коефіцієнт забезпеченості власними оборотними коштами;
- фінансова стійкість: коефіцієнт автономії, коефіцієнт маневреності власного капіталу;
- рентабельність: рентабельність активів, рентабельність власного капіталу, операційна рентабельність реалізованої продукції;
- ділова активність: коефіцієнт оборотності активів, коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості.

Розрахунки здійснюватимемо на підставі фінансової звітності ТОВ «Запорізький титано-магнієвий комбінат». Для подальшого проведення оцінки необхідним є проведення стандартизації показників підприємства, що формують рівень інвестиційної привабливості, задля досягнення їх порівнянності й однорідності, а також формування еталонних значень показників за критерієм max, оскільки всі аналізовані показники є стимуляторами, а їх зростання позитивно впливає на рівень інвестиційної привабливості підприємства. Результати розрахунків подано в табл. 1 [4].

Таблиця 1

Стандартизація й формування еталонних значень показників

Показник	Стандартизовані значення показників			Стандартизований еталон
	2015	2016	2017	
1	2	3	4	5
<i>Показники ліквідності</i>				
Коефіцієнт абсолютної ліквідності	1,04	-0,09	-0,95	1,04
Коефіцієнт поточної ліквідності	1,01	-0,01	-0,99	1,01
Коефіцієнт забезпеченості власними оборотними коштами	0,89	0,18	-1,08	0,89

Закінчення табл. 1

1	2	3	4	5
<i>Показники фінансової стійкості</i>				
Коефіцієнт автономії	0,91	0,14	-1,06	0,91
Коефіцієнт маневреності власного капіталу	0,78	0,34	-1,12	0,78
<i>Показники рентабельності</i>				
Рентабельність активів (капіталу)	1,15	-0,54	-0,60	1,15
Рентабельність власного капіталу	1,15	-0,54	-0,60	1,15
Операційна рентабельність реалізованої продукції	1,12	-0,78	-0,33	1,12
<i>Показники оборотності активів</i>				
Коефіцієнт оборотності активів	-0,38	-0,74	1,13	1,13
Коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості	-0,97	-0,04	1,02	1,02

Наступним етапом оцінки інвестиційної привабливості на прикладі ТОВ «Запорізький титано-магнієвий комбінат» із застосуванням таксономічного методу є зіставлення існуючих значень показників з еталонними, тобто знаходження евклідової відстані за формулою (1):

$$d_j = \left(\sum_{i=1}^m (Z_{ij} - Z_{i0})^2 \right)^{1/2}, \quad (1)$$

де d_j – евклідова відстань;
 Z_{ij} – стандартизоване значення показника;
 Z_{i0} – еталонне значення показника [6].

Згідно з проведеними розрахунками (табл. 2) показники ліквідності, фінансової стійкості та рентабельності мали еталонні значення у 2015 р., а показники оборотності активів – у 2017 р. Найнижчий рівень рентабельності спостерігається у 2016 р., найнижчий рівень ліквідності та фінансової стійкості – у 2017 р., а найменший рівень ділової активності – у 2015 р. Отже, рівень інвестиційної привабливості має тенденцію до стрімкого спадання, оскільки щороку евклідова відстань рівня інвестиційної привабливості підприємства все далі віддалялася від нульового значення.

Таблиця 2

Розрахунок евклідової відстані

Показник	Евклідова відстань		
	2015	2016	2017
Показники ліквідності	0	1,68	3,44
Показники фінансової стійкості	0	0,88	2,75
Показники рентабельності	0	3,07	2,88
Показники оборотності активів	2,51	2,16	0
Рівень інвестиційної привабливості	2,51	4,21	5,27

Наступним етапом є розрахунок інтегрального показника інвестиційної привабливості підприємства за формулою (2):

$$I_i = 1 - \frac{d_i}{d_{\text{сер}} + 2\sigma}, \quad (2)$$

де I_i – інтегральний показник інвестиційної привабливості;
 $d_{\text{сер}}$ – середнє значення евклідової відстані;
 σ – середньоквадратичне відхилення [6].

Динаміку зміни інтегрального показника рівня інвестиційної привабливості ТОВ «Запорізький титано-магнієвий комбінат» у 2015–2017 рр. згідно із розрахунками за наведеною формулою подано на рис. 1 [4].

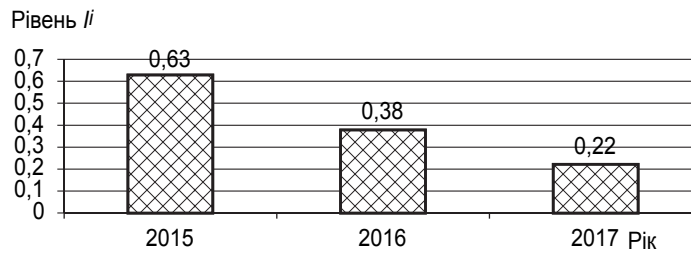


Рис. 1. Динаміка зміни інтегрального показника рівня інвестиційної привабливості ТОВ «Запорізький титано-магнієвий комбінат», 2015–2017 рр.

Бачимо (рис. 1), що у 2015–2017 рр. рівень інвестиційної привабливості підприємства стрімко знижувався. Це спричинено зменшенням обсягу власних оборотних коштів підприємства й абсолютно ліквідних активів, різким спадом рентабельності підприємства, а також послабленням фінансової стійкості та посиленням залежності від зовнішніх джерел фінансування.

Завершаючи процес оцінки інвестиційної привабливості підприємства із застосуванням методу таксономії, скористаємося шкалою бажаності Харрінгтона Е. для формування адекватної економічної інтерпретації отриманих значень інтегрального показника (табл. 3) [7].

Таблиця 3

Рівень інвестиційної привабливості підприємства за шкалою бажаності Харрінгтона Е.

Показник	2015	2016	2017
Інтегральний показник інвестиційної привабливості	0,63	0,38	0,22
Рівень інвестиційної привабливості	Високий	Середній	Низький

Таким чином, у 2015 р. інвестиційна привабливість підприємства ТОВ «Запорізький титано-магнієвий комбінат» була на високому рівні. Зважаючи на зміни негативного характеру, що відбувалися у 2015–2017 рр., рівень інвестиційної привабливості знизився до середнього у 2016 р., а у 2017 р. впав до низького. Однак, підприємство все ще не втратило такі свої сильні сторони, як достатній рівень ліквідності та фінансової стійкості, а також рівень ділової активності. Отже, підприємство має ресурси та потенціал для подальшого розвитку й підвищення рівня інвестиційної привабливості.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Берест М. М.

Література: 1. Алексєнко І. І. Визначення факторів впливу на інвестиційну привабливість підприємства. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2017. № 8. С. 593–598. 2. Бланк І. А. Основы инвестиционного менеджмента. Киев : Эльга, 2013. 620 с. 3. Калантай А. В. Оцінка стану інвестиційної привабливості підприємства на основі фінансової звітності. *Економічний аналіз*. 2012. № 10 (4). С. 126–132. 4. Коюда О. П. Інвестиційна привабливість підприємства в умовах трансформації економіки : дис. ... канд. екон. наук : 08.00.08. Харків, 2003. 20 с. 5. Плюта В. Сравнительный многомерный анализ в экономическом моделировании / пер. с польского В. В. Иванова. М. : Финансы и статистика, 1989. 175 с. 6. Сабліна Н. В., Теличко В. А. Використання методу таксономії для аналізу ресурсів підприємства. *Бізнес Інформ*. 2009. № 3. С. 78–82. 7. Harrington E. C. The Desirability Function. *Industrial Quality Control*. 1965. № 21. P. 494–498.

МЕХАНІЗМ УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВОЮ БЕЗПЕКОЮ ПІДПРИЄМСТВА

УДК 658.15.012.8

Обозна Ю. С.

Магістрант 1 року навчання
фінансового факультету ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. Досліджено сутність понять «фінансова безпека підприємства» та «механізм управління фінансовою безпекою підприємства», визначено зв'язок між цими категоріями. Деталізовано функції управління фінансовою безпекою підприємства. Розглянуто етапи управління фінансовою безпекою підприємства.

Ключові слова: підприємство, організація, суб'єкт господарювання, фінанси, фінансова безпека, функції управління фінансовою безпекою підприємства.

Аннотация. Исследована сущность понятий «финансовая безопасность предприятия» и «механизм управления финансовой безопасностью предприятия», определена связь между этими категориями. Детализованы функции управления финансовой безопасностью предприятия. Рассмотрены этапы управления финансовой безопасностью предприятия.

Ключевые слова: предприятие, организация, субъект хозяйствования, финансы, финансовая безопасность, функции управления финансовой безопасностью предприятия.

Annotation. The essence of the concepts «financial security of an enterprise» and «mechanism of management of financial security of an enterprise» is investigated, the relationship between these categories is defined. Detailed management functions of the financial security of the enterprise. The stages of management of financial security of the enterprise.

Keywords: enterprise, organization, business entity, finance, financial security, functions of management of financial security of an enterprise.

За сучасних умов управління системою забезпечення фінансової безпеки підприємств здійснюється через механізм управління фінансовою безпекою суб'єкта господарювання. Стабільність роботи підприємств залежить від ефективності механізмів забезпечення й управління фінансовою безпекою суб'єктів господарювання.

Актуальність цієї теми є зумовленою тим, що однією з найважливіших умов забезпечення стійкого зростання підприємства та формування позитивних результатів його фінансової діяльності є існування ефективної системи управління фінансовою безпекою підприємства, що забезпечує захист підприємства від зовнішніх і внутрішніх загроз. Управління фінансовою безпекою є складовою загальної системи управління безпекою підприємства, найважливішою його функціональною ланкою, що забезпечує реалізацію управлінських рішень переважно у фінансовій сфері діяльності підприємства.

Метою написання статті є обґрунтування теоретичних основ механізму управління фінансовою безпекою підприємства.

Дослідженням сутності механізму управління фінансовою безпекою підприємства займалися і займаються чимало науковців, серед них Бланк І. О., Ілляшенко С. М., Папехіна Р. С., Лаврова Ю. В., Орлова В. В., Ліпкан В. Л., Горячева К. С., Турхан Х. О. та ін.

Однією з найважливіших умов забезпечення стійкого зростання підприємства та формування позитивних результатів його фінансової діяльності є існування ефективної системи фінансової безпеки, що забезпечує захист підприємства від зовнішніх і внутрішніх загроз.

Фінансову безпеку розглядають як систему, що дає змогу виявити потенційні загрози та ризики, швидко знаходити ефективні шляхи протидії, що гарантує стійкий фінансовий стан суб'єктів господарювання, можливість подальшого розвитку та виживання. Для цього необхідно постійно здійснювати аналіз середовища функціонування суб'єктів господарювання [6].

У сучасній економічній літературі категорію «фінансова безпека підприємства» як самостійний об'єкт управління розглядають відносно нещодавно, тому не існує єдиного погляду на визначення сутності фінансової безпеки підприємства та її економічного змісту. Тлумачення різних авторів визначення сутності поняття фінансової безпеки підприємства подано у табл. 1 [1–4; 7].

Таблиця 1

Визначення різними авторами сутності поняття фінансової безпеки підприємства

Автор	Визначення
Ілляшенко С. М. [1]	Про послаблення фінансової безпеки, як правило, свідчить зниження ліквідності, збільшення кредиторської та дебіторської заборгованостей, зниження фінансової стійкості тощо
Бланк І. О. [2]	Кількісно та якісно детермінований рівень фінансового стану суб'єкта господарювання, який забезпечує стабільну захищеність його пріоритетних збалансованих фінансових інтересів від ідентифікованих реальних і потенційних загроз зовнішнього і внутрішнього характеру, параметри яких визначають на підставі його фінансової філософії та створюють необхідні передумови фінансової підтримки сталого розвитку в поточному й перспективному періоді
Папехіна Р. С. [3]	Певний стан фінансової стабільності, у якому має перебувати підприємство для реалізації своєї стратегії; характеризується стабільністю підприємства протистояти зовнішнім і внутрішнім загрозам
Чібісова І. В.	Складова економічної безпеки підприємства, яка полягає у наявності такого його фінансового стану, який характеризується збалансованістю та якістю фінансових інструментів, технологій і послуг, стійкістю до загроз
Козак Л. С., Багровецька І. В.	Важлива складова економічної безпеки, що базується на незалежності, ефективності й конкурентоспроможності суб'єкта господарювання, яка відображається через систему критеріїв і показників його фінансового стану, що характеризують збалансованість фінансів, достатню ліквідність активів і наявність необхідних резервів
Горячева К. С. [7]	Визначений якісно й кількісно рівень фінансового стану підприємства та діяльність, що є спрямованою на досягнення такого стану, що характеризується збалансованістю і якістю використання фінансових інструментів економічної системи та забезпечує її здатність реалізувати свою місію й забезпечувати стабільний розвиток, витримуючи негативний вплив зовнішніх і внутрішніх дестабілізуючих факторів
Лаврова Ю. В. [4]	Система, що забезпечує стабільність важливих фінансових пропорцій розвитку підприємства, які формують захищеність його фінансових інтересів у балансі з фінансовими інтересами його економічних агенті

Отже, фінансова безпека підприємства – стан, що характеризується фінансовою рівновагою, стабільністю, незалежністю, захищеністю фінансових інтересів підприємства, забезпеченістю достатнім обсягом і зваженим використанням ресурсів, вчасним реагуванням на небезпеки і загрози зовнішнього та внутрішнього характеру й ефективним управлінням фінансовими ризиками.

Дослідженню сутності поняття «механізм управління фінансовою безпекою» у науковій літературі приділялося недостатньо уваги, тому наукові розробки з цього питання є дуже обмеженими. Підходи науковців до визначення сутності цього поняття подано у табл. 2 [24 5; 7–9].

Таблиця 2

Визначення різними авторами сутності поняття «механізм управління фінансовою безпекою підприємства»

Автор	Визначення
Орлова В. В. [5]	Комплекс взаємозалежних модулів, які визначають порядок розробки та реалізації управлінських рішень, що є пов'язаними з формуванням тактичних і стратегічних планів захисту пріоритетних фінансових інтересів підприємства від різних загроз
Горячева К. С. [7]	Єдність процесу управління та системи управління, що відповідає існуванню діалектичної суперечності змісту (процес управління) і форми (структура управління)
Марченко О. М. [9]	Управлінські дії, спрямовані на використання можливостей і ресурсів підприємства, що забезпечуватимуть системно-синергетичні ефекти реалізації захисту його фінансово-економічних інтересів від ідентифікованих реальних і потенційних загроз зовнішнього та внутрішнього характеру
Бланк І. О. [2]	Система державного нормативно-правового регулювання фінансової безпеки підприємства, ринковий механізм регулювання фінансової безпеки підприємства, внутрішній механізм управління фінансовою безпекою підприємства, система методів управління, система інструментів управління
Єрмошенко М. М.	До механізму управління фінансовою безпекою належать економічні закономірності, мета і завдання управління, функції, організаційна структура, принципи управління, методи управління, кадри управління, техніка і технологія управління, критерії оцінки ефективності системи управління
Турхан Х. О. [8]	Складовими механізму управління фінансовою безпекою підприємства є суб'єкт управління (розглядають як організаційну структуру управління фінансовою безпекою), об'єкт управління, функції управління, фінансові важелі, фінансові інструменти

Науочно логічний зв'язок між категоріями «фінансова безпека підприємства», «механізм управління» та «механізм управління фінансовою безпекою підприємства» подано на рис. 1 [1; 3; 9].

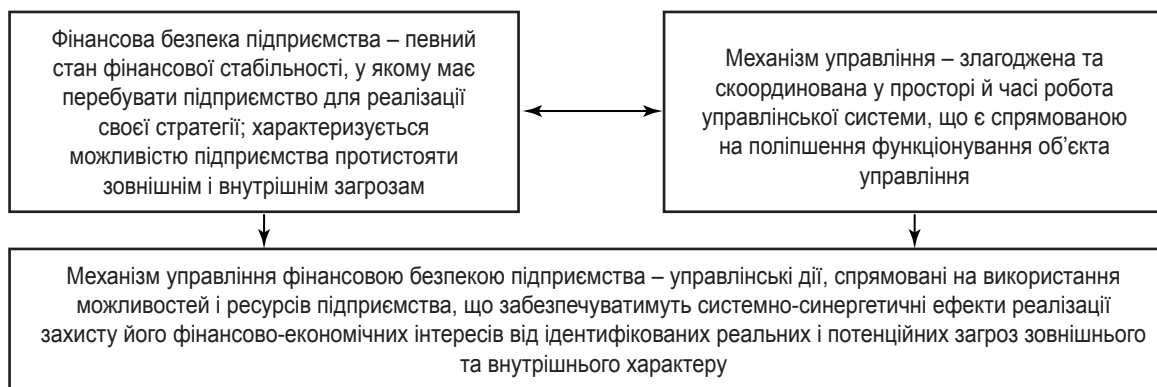


Рис. 1. Зв'язок між категоріями «фінансова безпека підприємства», «механізм управління» та «механізм управління фінансовою безпекою підприємства»

Важливою складовою механізму управління фінансовою безпекою управління є сукупність функцій, які має реалізувати цей механізм.

Бланк О. І. серед функцій управління фінансовою безпекою підприємства виділяє:

- формування ефективних інформаційних систем;
- аналіз стану фінансової безпеки;
- планування заходів щодо забезпечення фінансової безпеки підприємства;
- розробку результативної системи стимулювання реалізації прийнятих рішень;
- здійснення ефективного контролю за реалізацією прийнятих рішень щодо забезпечення фінансової безпеки підприємства [2].

Отже, основними функціями управління фінансовою безпекою підприємства є планування, організація, регулювання, стимулювання та контроль. Усі функції управління фінансовою безпекою підприємства є пов'язаними між собою у єдиний процес.

Процес управління фінансовою безпекою підприємства можна розбити на кілька етапів (рис. 2) [2; 3; 9].



Рис. 2. Етапи управління фінансовою безпекою підприємства



Основним етапом управління фінансовою безпекою підприємства має бути побудова адекватного механізму управління фінансовою безпекою підприємства, орієнтованого на своєчасне виявлення та запобігання зовнішнім і внутрішнім загрозам, а також забезпечення захисту фінансових інтересів підприємства [7].

Таким чином, механізм фінансової безпеки підприємства дає змогу:

- забезпечити фінансову стійкість, платоспроможність, ліквідність і достатню фінансову незалежність підприємства у довгостроковому періоді;
- забезпечити оптимальне залучення й ефективне використання фінансових ресурсів підприємства;
- ідентифікувати зовнішні та внутрішні небезпеки й загрози фінансовому стану підприємства, розробляти заходи для їх вчасного усунення;
- самостійно розробляти й упроваджувати фінансову стратегію;
- забезпечувати достатню фінансову незалежність підприємства;
- забезпечувати достатню гнучкість при ухваленні фінансових рішень.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Сабліна Н. В.

Література: 1. Ілляшенко С. М. Складові економічної безпеки підприємства та підходи до їх оцінки. *Актуальні проблеми економіки*. 2003. № 3. С. 12–19. 2. Бланк И. А. Управление финансовой безопасностью предприятия. Киев : Эльга ; Ника-Центр, 2004. 784 с. 3. Перекрестова Л. В., Папехин Р. С. Внешние и внутренние угрозы финансовой безопасности предприятия. *Финансы и кредит*. 2006. № 16. С. 68–75. 4. Лаврова Ю. В. Фінансова безпека підприємства: класифікація загроз. *Економічний аналіз*. 2011. № 9. С. 274–279. 5. Орлова В. В. Концептуальна схема механізму управління фінансовою безпекою підприємства. *Моделювання регіональної економіки*. 2005. № 2 (6). С. 87–93. 6. Ліпкан В. А. Безпекознавство : навч. посіб. Київ : Вид-во Європейського університету, 2003. 208 с. 7. Горячева К. С. Механізм управління фінансовою безпекою підприємства : дис. ... канд. екон. наук : 08.06.01. Київ, 2006. 174 с. 8. Турхан Х. О. Механізм забезпечення фінансової безпеки машинобудівних підприємств. *Наукові записки Української академії друкарства*. 2013. № 4. С. 157–159. 9. Картузов Є. П. Аналіз механізму управління фінансовою безпекою підприємства. *Економіка та управління підприємствами*. 2012. № 7. С. 118–126.



СТРАТЕГІЧНИЙ АНАЛІЗ ФУНКЦІОНУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВ БУДІВЕЛЬНОЇ ГАЛУЗІ ІЗ ЗАСТОСУВАННЯМ МЕТОДІВ СТРАТЕГІЧНОГО ПЛАНУВАННЯ

УДК 005.52:005.33:69(477)

Осадча С. С.

Магістрант 1 року навчання
фінансового факультету ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. Проведено стратегічний аналіз функціонування підприємств будівельної галузі із застосуванням методів SWOT-аналізу та PEST-аналізу. Здійснено ідентифікацію стадії фінансового розвитку ВАТ «Житлобуд-2» на підставі визначення його позиції у матриці фінансових стратегій. Визначено напрями стратегії підприємства.

Ключові слова: підприємство, організація, будівельна галузь, будівельне підприємство, фінанси, стратегія, стратегічний аналіз, SWOT-аналіз, PEST-аналіз.



Анотація. Проведен стратегічний аналіз функціонування підприємств строительной отрасли с применением методов SWOT-анализа и PEST-анализа. Осуществлена идентификация стадии финансового развития ОАО «Жилстрой-2» на основании определения его позиции в матрице финансовых стратегий. Определены направления стратегии предприятия.

Ключевые слова: предприятие, организация, строительная отрасль, строительное предприятие, финансы, стратегия, стратегический анализ, SWOT-анализ, PEST-анализ.

Annotation. A strategic analysis of the functioning of the construction industry enterprises was carried out using SWOT-analysis and PEST-analysis methods. The identification of the stage of financial development of Zhilstroy-2 OJSC was carried out on the basis of determining its position in the matrix of financial strategies. Defined areas of enterprise strategy.

Keywords: enterprise, organization, construction industry, construction enterprise, finance, strategy, strategic analysis, SWOT analysis, PEST analysis.

За сучасних умов нестабільності й невизначеності вітчизняні будівельні підприємства перебувають на тій стадії, коли найважливішими факторами забезпечення їх розвитку є ефективне формування й використання фінансових ресурсів, яке передусім є пов'язаним із застосуванням нових систем і методів управління цими процесами. За таких умов суттєво зростає роль фінансової стратегії, що забезпечує пріоритетні напрями розвитку підприємства.

Дослідженням питань формування та реалізації стратегії розвитку підприємств займалися і займаються Даченко Г. В., Добровенко О. А., Корженевська В. М., Разіна О. В., Романов О. О., Теплінський Г. В. та ін. Однак, деякі аспекти, зокрема питання ідентифікації стадії фінансового розвитку як підґрунтя для вибору оптимальної фінансової стратегії, є недостатньо дослідженими.

Метою написання статті є проведення стратегічного аналізу діяльності підприємства із застосуванням таких методів стратегічного планування, як SWOT-аналіз та PEST-аналіз, а також проведення ідентифікації стадії фінансового розвитку ТДВ «Житлобуд-2» на підставі визначення його позиції у матриці фінансових стратегій та окреслення напрямів стратегії підприємства.

Досліджуючи етапи планування, Добровенко О. А. у науковій праці «Еволюція поняття стратегічного планування» пропонує розглядати стратегічний аналіз як процес аналізу внутрішнього та зовнішнього середовища організації, необхідний для пошуку джерел її стійких конкурентних переваг [1].

Одним із найрозповсюдженіших методів загального аналізу середовища є SWOT-аналіз, що полягає у розгляді зовнішніх і внутрішніх стратегічних факторів впливу на діяльність підприємства, і створення на цій підставі стратегічних альтернатив, які враховують різні поєднання стратегічних факторів [2].

Матрицю SWOT-аналізу для підприємств будівельної галузі подано в табл. 1 [3–10].

Таблиця 1

Матриця SWOT-аналізу для підприємств будівельної галузі

Сильні сторони	Слабкі сторони
Достатній рівень виробничих потужностей для виконання наявної кількості замовлень	Незначна частка будівництва в обсязі реалізації промисловості України (у 2016 р. – 2,63 %)
Розробка нових будівельних технологій	Від'ємний фінансовий результат до оподаткування підприємств галузі (у 2016 р. – 9 342,9 млн грн)
Збільшення обсягу виконаних будівельних робіт за видами будівельної продукції: 73 726,9 тис. грн, що на 28,19 % більше, ніж у попередньому році	Низький рівень залучення іноземних інвестицій через нестабільність української економічної системи (у 2016 р. – 2,74 %)
Досвід на будівельному ринку (як правило, усі великі компанії мають значний досвід роботи)	Тривалий термін оформлення дозвільних документів на земельні ділянки для будівництва
Наявність системи професійного навчання та підвищення кваліфікації	Середня або нижче середньої задоволеність споживачів якістю виконаних робіт (рівність підлоги, стель, звукоізоляція та ін.)
Наявність природних ресурсів	Нестача власних ресурсів на фінансування потрібних змін у стратегії (коефіцієнт фінансової залежності перевищує 50 % або має від'ємне значення через наявність нерозподіленого збитку)
Можливості	Загрози
Скорочення обсягів заборгованості з оплати за виконані роботи	Політична нестабільність і воєнні дії на Донбасі
Прогнозоване уповільнення погіршення економічного стану галузі	Зростання облікової ставки Національного банку України (з 14.09.17 р. – 12,5 %, з 27.10.17 р. – 13,5 %, з 15.12.17 р. – 14,5 %, з 12.04.2018 р. – 17 %)

Закінчення табл. 1

Можливості	Загрози
Стабілізація обсягу замовлень	Зростання цін на будівельні матеріали (вартість цементу в 2014 р. – 1000 грн/т, 2015 р. – 1004 грн/т, 2016 р. – 1330 грн/т), комунальні послуги, транспортне обслуговування й інші супутні витрати
Оптимізація собівартості	Зменшення питомої ваги інвестицій у будівництво до ВВП (2015 р. – 16,43 %, 2016 р. – 15,91 %; 2017 р. – 12,37 %)
Розвиток технологій використання промислових відходів у виробництві будівельних матеріалів	Недостатність обсягів державних централізованих капітальних вкладень на розвиток будівельної галузі (у 2016 р. – 2,58 % від сукупних капітальних інвестицій)
Зменшення кількості будівель та інженерних споруд незавершеного будівництва	Коливання рівня інфляції (143,3 % у 2015 р., 112,4 % – 2016 р., 113,7 % – 2017 р.)
Поліпшення фінансового стану	Висока конкуренція
Збільшення обсягів будівництва житлових будинків	Скорочення обсягів нових замовлень на будівельні роботи

На підставі визначення взаємозв'язків між сильними і слабкими сторонами підприємства та зовнішніми можливостями і загрозами можна розробити й обґрунтувати систему заходів, що є необхідними при формуванні стратегії підприємства.

Формуємо розширену матрицю SWOT-аналізу. На перетині розділів утворюються чотири поля: «СіМ» (сила і можливості), «СіЗ» (сила і загрози), «СліМ» (слабкість і можливості), «СліЗ» (слабкість і загрози) (табл. 2) [2].

Таблиця 2

Розширена матриця SWOT-аналізу

СіМ	СіЗ
<ol style="list-style-type: none"> Достатній рівень виробничих потужностей сприятиме вчасному виконанню замовлень. Розробка нових будівельних технологій дасть змогу збільшити доходи шляхом використання промислових відходів у виробництві будівельних матеріалів. Уповільнення погіршення економічного стану галузі сприятиме збільшенню обсягу виконаних будівельних робіт і кількості замовлень. Залучення зарубіжних інвесторів дасть змогу розширити виробництво й упровадити нові технології, що сприятимуть зростанню виробництва й поліпшенню фінансового стану 	<ol style="list-style-type: none"> Конкурентний тиск, високі банківські відсотки негативно впливають на обсяг робіт та їх оплату замовниками. Зростанням тарифів на будівельні матеріали, комунальні послуги, транспортне обслуговування й інші супутні витрати зумовлено будівництво малогабаритних квартир. Скорочення обсягів нових замовлень на будівельні роботи унеможливує використання всіх виробничих потужностей. Політична нестабільність, зростання облікової ставки Національного банку України заважають розробці нових будівельних технологій
СліМ	СліЗ
<ol style="list-style-type: none"> Нарощування обсягів виконуваних робіт збільшить ділову активність і дохід. Стабілізація обсягу оборотних коштів, достатніх для виконання робіт і задоволення попиту. Втілення у дію нових розробок та технологій, а також упровадження сучасного обладнання дасть змогу розширити асортимент продукції і випускати конкурентноспроможну продукцію. Оптимізація розрахунків із дебіторами та кредиторами підвищить фінансову стійкість. Реалізація переробленої сировини або невикористовуваних матеріалів сприятиме збільшенню виручки підприємств 	<ol style="list-style-type: none"> Політична нестабільність та коливання рівня інфляції негативно впливають на економічні результати підприємств галузі, знижують платоспроможність і попит. Несприятливі погодні умови додатково ускладнюють умови праці, погіршують продуктивність праці. Несприятлива політика банків і висока конкуренція негативно впливають на обсяги будівельно-монтажних робіт, ускладнюють фінансово-економічний стан. Скорочення обсягів нових замовлень на будівельні роботи впливає на зменшення кількості працівників і завантаженість виробничих потужностей

За застосування PEST-аналізу здійснюють аналіз макросередовища підприємства, що значною мірою дозволяє розробити фінансову стратегію, адекватну умовам макросередовища (табл. 3) [6–10].

Бачимо (табл. 3), що економічні фактори є найвагомішою групою факторів зовнішнього впливу. Це можна пояснити тим, що економічна ситуація в країні в цілому й у окремих її регіонах є досить складною. Водночас саме ця група факторів є вирішальною для більшості складових стійкості функціонування будівельних підприємств: фінансової, виробничої, ринкової, інвестиційної та інноваційної. На другому місці за коефіцієнтом вагомості – група політичних факторів, оскільки політико-правова нестабільність, постійні законодавчі зміни, посилення податкового тиску значно знижують стійкість функціонування будівельних підприємств. Досить вагомими є соціальні фактори та технологічні, адже від демографічної ситуації, темпу протікання науково-технічного прогресу та рівня соціальної стабільності в країні залежить стійкість функціонування будівельних підприємств. Отже, на підставі

PEST-аналізу можна стверджувати, що для будівельних підприємств, які прагнуть зберегти належний рівень стійкості функціонування, у процесі розробки антикризової стратегії вкрай важливим є врахування у своїй діяльності факторів зовнішнього середовища. Позицію ТДВ «Житлобуд-2» на матриці фінансових стратегій подано в табл. 4 [4].

Таблиця 3

Аналіз макросередовища будівельної галузі України із застосуванням PEST-аналізу

Політика (P)	Вага	Сер. бал	Оцінка	Економіка (E)	Вага	Сер.бал	Оцінка
Ступінь впливу держави на галузь	0,17	4,8	0,83	Попит і пропозиція	0,10	4,2	0,44
Політична ситуація	0,16	4,5	0,73	Рівень безробіття (2015 р.– 9,5 %, 2016 р. – 9,7 %, 2017 р. – 9,9 %)	0,11	4,4	0,48
Законодавчі зміни	0,13	3,7	0,50	Рівень інфляції (2014 р. – 131,7 %, 2015 р. – 125,5 %, 2016 р. – 135,8 %)	0,12	4,9	0,60
Рівень інвестування (питома вага інвестицій у будівництво у 2014 р. – 16,43 %, у 2015 р. – 15,91 %, у 2016 р. – 12,37 %)	0,16	4,3	0,67	Рівень цін і заробітних плат, їх співвідношення (індекс реальної заробітної плати у 2015 р. – 90,1 %, у 2016 р. – 106,5 %, у 2017 р. – 118,9 %)	0,11	4,5	0,50
Участь у міжнародних будівельних проектах	0,14	3,9	0,55	Зміни у кредитній системі (зміна облікової ставки з 6,50 % у 2014 р. до 17 % у 2018 р.)	0,10	4,2	0,44
Посилення податкового тиску (у 2016 р. у рейтингу «Індекс глобальної конкурентоспроможності» податкове навантаження на бізнес визначили на рівні 118 з 140 країн)	0,12	3,3	0,39	Зміна цін на будівельні матеріали	0,11	4,5	0,50
Торговельна політика	0,11	3,1	0,35	Природно-кліматичні умови	0,08	3,3	0,27
				Умови страхування будівельних проектів	0,08	3,1	0,24
				Доступність і наявність ресурсів	0,10	3,9	0,38
				Конкуренція на ринку і в галузі	0,08	3,3	0,27
Разом	1,00	27,6	4,03	Усього	1,00	40,3	4,11
Соціум (S)	Вага	Бал	Оцінка	Технологія (Т)	Вага	Бал	Оцінка
Демографічна ситуація (зменшення чисельності населення на 6,3 % з 2014 р. до 2017 р.)	0,14	3,3	0,47	Політика держави у сфері НТП	0,15	3,5	0,55
Зміна розподілу населення за рівнем доходів (у 2015 р. рівень доходів понад 2280,1 грн – 47,1 %, у 2016 р. – 65,4 %; індекс Джині у 2016 р. – 0,414)	0,19	4,5	0,88	Вплив технологічних нововведень	0,17	3,9	0,66
Зміна споживчих уподобань	0,17	3,9	0,66	Науково-технологічне регулювання	0,18	4,1	0,73
Наявність кадрів робітничих спеціальностей	0,15	3,4	0,50	Ступінь оновлення матеріально-речової бази	0,19	4,4	0,83
Соціальна мобільність населення	0,16	3,8	0,63	Доступність технологій	0,13	2,9	0,37
Якість життя населення (індекс людського розвитку у 2016 р. – 0,743 (84 місце з 188 країн); за індексом якості життя Україна у 2016 р. посідала 52 місце з 56 країн)	0,18	4,2	0,76	Підтримка інноваційно-активних підприємств	0,18	4,2	0,76
Разом	1,00	23,1	3,90	Разом	1,00	23,0	3,89

Таким чином, отримані під час проведення SWOT та PEST-аналізу результати можуть бути інформаційною базою для розробки антикризової стратегії підприємства, яка має бути спрямована на підвищення фінансової стійкості підприємства, рентабельності операційної діяльності, нарощування обсягів виконуваних робіт шляхом оптимізації розрахунків із дебіторами та кредиторами, а також оптимізації структури капіталу.

Позиція ТДВ «Житлобуд-2» на матриці фінансових стратегій

Стадія фінансового розвитку	Гальмування	Стабілізація	Зростання
	РФД < 0	РФД ≈ 0	РФД > 0
РГД > 0	РФГД ≈ 0 1 Батько сімейства	РФГД > 0 4 Рантьє	РФГД >> 0 6 Материнське товариство
РГД ≈ 0	РФГД < 0 7 Епізодичний дефіцит	РФГД ≈ 0 2 Стілка рівновага	РФГД > 0 5 Атака
РГД < 0	РФГД << 0 9 Кризовий стан	РФГД < 0 8 Дилема	РФГД ≈ 0 3 Хитка рівновага

Науковий керівник – д-р екон. наук, професор Журавльова І. В.

Література: 1. Добровенко О. А. Еволюція поняття стратегічного планування. *Формування ринкових відносин в Україні*. 2011. № 8. С. 29–32. 2. Ткачук Я. SWOT-аналіз: аналіз і розробка ринкової стратегії компанії // Молодь, освіта, наука, культура і національна самосвідомість в умовах європейської інтеграції : матеріали XIII Всеукр. наук.-практ. конф. (Київ, 13–14 травня 2010 р.) Київ : Вид-во Європейського університету, 2010. С. 220–222. 3. Очікування будівельних підприємств у 2017 р. щодо перспектив розвитку їх ділової активності. URL: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2017/fin/rp/bud/bud_u/arj_bud_2017.htm. 4. Міністерство регіонального розвитку, будівництва та житлово-комунального господарства України. <https://www.kmu.gov.ua/catalog/ministerstvo-regionalnogo-rozvitku-budivnitstva-ta-zhitlovo-komunalnogo-gospodarstva-ukraini>. 5. Quality of Life Index. URL: https://www.numbeo.com/quality-of-life/rankings_by_country.jsp?title=2016. 6. European statistical system. URL: <https://ec.europa.eu/eurostat/web/european-statistical-system/overview?locale=fr>. 7. SMIDA. URL: www.smida.gov.ua. 8. Мінфін // Офіційний сайт Міністерства фінансів України. URL: <https://minfin.com.ua>. 9. Статистична інформація // Офіційний сайт Державної служби статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>.

THE CONDITIONS ARE NECESSARY FOR THE PRODUCTIVE INTERACTION OF THE LOGISTICS SERVICE WITH THE NEIGHBORING UNITS

UDK 005.932

D. Pletnyov

Undergraduate 2 years of study of the Faculty of Management and Marketing of KhNEU S. Kuznets

Annotation. The essence and peculiarities of the conditions of productive interaction of the logistics service with adjacent departments are investigated.

Keywords: enterprise, organization, finance, logistics, logistics service, logistics system, logistics department.



Анотація. Досліджено сутність та особливості умов продуктивної взаємодії служби логістики із суміжними підрозділами.

Ключові слова: підприємство, організація, фінанси, логістика, служба логістики, логістична система, логістичний відділ.

Аннотация. Исследованы сущность и особенности условий продуктивного взаимодействия службы логистики со смежными подразделениями.

Ключевые слова: предприятие, организация, финансы, логистика, служба логистики, логистическая система, логистический отдел.

In today's economic conditions the issue of the clear interaction of the logistics division with the related structural divisions of the enterprise is a topical problem. Almost every enterprise has logistics services. Detailed features in the organization of such services need to be considered for the progressive and smooth operation of the enterprise. As domestic managers and entrepreneurs don't have sufficient experience in the established interaction of logistics divisions with other units in a changing economic situation.

Some foreign and domestic scientists focus on logistics management in their research: Bauersoks D., Gadginskiy A., Stepanov V., Sergeev V., Tashbaev U., Nerysh U., Mirotina L., Vitkovskiy Y., Maevskii V. and etc.

Maximally optimal use of logistics services with other departments in the enterprise.

The purpose of writing an article is to investigate the specifics and problems of the conditions under which the interaction of logistics units with related structural divisions at enterprises will be maximally optimal.

Proceeding from the goal, it is necessary to solve the following tasks: consider the theoretical aspects of the logistics system in the enterprise, analysis of a number of conditions under which the interaction is optimal.

The current stage of logistics development is characterized by the globalization of the world economy and the global scientific and technological revolution, which generate new needs of customers in logistics services and various forms of satisfaction.

Logistic system – a set of actions of participants in the logistics chain, constructed in such a way that the basic tasks of logistics are fulfilled. Companies can develop their own logistics units, but may involve transport and logistics organizations to address supply, warehousing and distribution issues [4].

To organize the logistics processes, as well as the introduction of logistics management in the daily activities of the company, it is necessary to create an independent unit in the organizational structure of the company – logistics services, which is directly subordinated to the management of the company [1].

At an enterprise with a logistics service, all the functions necessary for the efficient execution of orders are combined into a powerful, centrally managed mechanism, which allows solving problems of almost any degree of complexity in a responsible, difficult and professional manner. In this case, the logistics service does not replace the corresponding structural units. In the organizational structure of the enterprise, almost all functional areas interact with it, providing optimization of the activity and stability of the enterprise. Before the specialists of the logistics service are not asked to eliminate crashes and solve problems and conflict situations, their function is to analyze and coordinate the implementation of enlarged blocks of tasks.

In order to improve the logistics service with adjacent structural units, the company requires that it closely interact with different functional units of the company, providing optimization of their activities and systemic stability.

Creation of a logistics service will allow to link in a single system the task of logistics management of internal business processes of the company with the business processes of partners and consumers [5].

An important task for the organization of logistics at the enterprise is the rational organization of departments and groups within the logistics service.

Understanding the benefits of effective interaction between functional units and the logistics service, the existence of an effective system of communication between departments, support of company management can make a significant contribution to the implementation of the strategic goal of the company [3].

It is necessary to develop a single system of automation of information flows instead of an isolated information system of each department of the company.

In order for the logistics service to function productively, there are the number of conditions that are required in Table 1 [2; 4; 5].

Interaction of the logistics service with related units at the enterprise is a very important component at the present time. Since, due to this service, all products must be ordered strictly for the specific consumer and after confirmation of the fact of payment. Also, that the products are delivered from the customs warehouse or from the supplier directly to the warehouse of the recipient. Thus, there is a reduction in the cost of handling, warehousing, storage, transportation and



elimination of the danger of the appearance of illiquid. The activity of the logistics service at the enterprise or in the organization is aimed at achieving the necessary end-points through a series of management actions carried out both inside the enterprise (internal environment – internal logistics) and outside it (external environment – external logistics) [2].

Table 1

A number of conditions are needed for the productive interaction of the logistics service with the adjacent units

Author	Condition
Stepanov V. I. [5]	Exact formulation of the functions of each individual employee - a list of rights and responsibilities that up to operations in the enterprise, procedures and areas of interaction with departments, groups and employees of the logistics service.
Sergeev V. I. [4]	The availability of the necessary information on the number of logistics service employees who will need the immediate or distant future - forecasting future logistics operations, procedures, works and functions that are mainly innovative in nature, associated with changes in market conditions, motivation of potential customers, technical and physicochemical characteristics of goods for production and consumer purposes
Author's opinion	Selection of specialists with a certain set of knowledge and skills of logistics. Acquisition and analysis of information on the scope of foreseen logistics operations, procedures and works, possible expansion of the enterprise, number of labor resources and labor market, including data on educational institutions that prepare or prepare the necessary specialists
Nerysh U. M. [2]	The need to select a future manager for a particular post in the organizational structure, rather than a post for a future employee, refers to formal and informal industrial ties, when the informal link can lead to negative consequences in the employment relationship of a specific department or group of logistics service, or even the enterprises as a whole
Author's opinion	Construction of the proper hierarchical structure of the logistics service itself

But in order for the logistics department to work well, it is necessary to train the employees of the organization. It is necessary to work on the development of the same standardized logistic terminology. The specialists of the functional units of the company must speak the same language, operate similar terms and understand each other.

Supervisor – Candidate of Science (Economics), Associate Professor Kolodizeva T. A..

Literature: **1.** Гаджинский А. М. Логистика : учебник для студентов высших заведений. М. : Дашков и К°, 2009. 432 с. **2.** Неруш Ю. М. Логистика : учебник для вузов. М. : Юнити-Дана, 2006. 520 с. **3.** Миротин Л. Б., Сергеев В. И. Основы логистики : учебное пособие / под ред. Л. Б. Миротина, В. И. Сергеева. М. : Инфра-М, 2002. 200 с. **4.** Сергеев В. И. Логистика в бизнесе : учебник. М. : Инфра-М, 2002. 152 с. **5.** Степанов В. И. Логистика : учебник. М. : ТК Велби ; Проспект, 2006. 488 с.



ДОСЛІДЖЕННЯ СУТНОСТІ ПОНЯТТЯ ПРОСУВАННЯ ПРОДУКЦІЇ

УДК 339.138

Полодюк Ю. І.

Магістрант 2 року навчання
факультету менеджменту і маркетингу ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. Досліджено сутність поняття просування продукції. На підставі систематизації й узагальнення сформульовано власне визначення сутності поняття «просування продукції». Конкретизовано дієві інструменти гарантування фінансової безпеки підприємства за застосування інтернет-маркетингу.

Ключові слова: підприємство, організація, продукція, маркетинг, інтернет-маркетинг, конкурентоспроможність, етапи просування, суб'єкти просування продукції, маркетингові комунікації, методи просування товарів, реклама.

Аннотация. Исследована сущность понятия продвижения продукции. На основании систематизации и обобщения сформулировано собственное определение сущности понятия «продвижение продукции». Конкретизированы действенные инструменты обеспечения финансовой безопасности предприятия с применением интернет-маркетинга.

Ключевые слова: предприятие, организация, продукция, маркетинг, интернет-маркетинг, конкурентоспособность, этапы продвижения, субъекты продвижения продукции, маркетинговые коммуникации, методы продвижения товаров, реклама.

Annotation. The essence of the concept of product promotion is investigated. On the basis of systematization and generalization, we formulated our own definition of the essence of the concept «product promotion». Specified effective tools to ensure the financial security of the enterprise with the use of online marketing.

Keywords: enterprise, organization, products, marketing, internet marketing, competitiveness, stages of promotion, subjects of product promotion, marketing communications, methods of product promotion, advertising.

На сучасному етапі становлення ринкової економіки України зростає значення вдосконалення управління маркетинговою діяльністю промислових підприємств. Невід'ємним елементом ефективної підприємницької діяльності є розуміння й використання новітніх інструментів просування продукції на ринку.

Цілями просування продукції є підвищення попиту, задоволення потреб і створення позитивного ставлення потенційних споживачів, отримання прибутку, надання інформації, збільшення впізнаваності бренда, залучення нових клієнтів, збільшення частки ринку, стимулювання й збереження намірів придбати продукт.

Теоретичні аспекти оцінювання ефективності маркетингової діяльності та використання інструментів просування досліджували Балабанова Л., Бутенко Н., Вакалюк А., Єжова Л., Іванов Ю., Кардаш В., Обухова А., Савченко О. та ін. Однак, на сьогодні існує неузгодженість думок щодо визначення сутності й особливостей просування продукції на ринку із використанням інструментів інтернет-маркетингу, чим зумовлено актуальність теми дослідження.

Метою написання статті є систематизація й узагальнення підходів до визначення сутності поняття сучасного просування продукції підприємства на ринку й у мережі Інтернет.

Розвиток інформаційних технологій, серед яких одне з ключових місць посів Інтернет, поява і бурхливе зростання електронної комерції стали основою для появи нового напрямку в сучасній концепції маркетингу взаємодії – інтернет-маркетингу. Стрімке впровадження до економічної практики Інтернету та нових потужних інформаційних технологій, їх динамічний розвиток призвели до формування глобальних інформаційних мереж, створення середовища, що впливає на різні сфери людської діяльності [2; 4].

У результаті вивчення відповідної наукової літератури виявлено відсутність комплексного тлумачення поняття «просування» і єдиного підходу до визначення його методів та етапів (табл. 1) [1; 2; 5–8].

Отже, більшість вітчизняних науковців визначають просування як комплекс заходів маркетингових комунікацій, які мають бути реалізовані як за умов реального сучасного ринку, так і в мережі Інтернет.

Під час формування нового визначення досліджуваного інструменту маркетингу та його методів реалізації доцільно звернути увагу на сучасні тенденції розвитку напрямку інтернет-маркетингу, що є спрямованим на комунікацію зі споживачем на глобальнішому макро-рівні щодо масштабів реалізації й охоплення цільової аудиторії.

Визначення різними авторами сутності поняття «просування»

Визначення	Автор
Просування товару – заходи, за допомогою яких організація інформує, переконує або нагадує споживачу про свій товар і про себе	Балабанова Л. В. [1]
Просування – будь-яка форма повідомлень, які підприємство чи організація використовує для інформування, переконання, нагадування про себе, свої товари й послуги	Бутенко Н. В. [2]
Просування в маркетингу має комплексний характер, оскільки об'єднує низку елементів із притаманними їм властивостями: рекламу, паблік рилейшнз (зв'язки з громадськістю), стимулювання збуту, персональний продаж та ін.	Івченко Є. А. [5]
Просування товару – поєднання основних засобів маркетингових комунікацій для досягнення рекламних і маркетингових цілей	Кардаш В. Я. [6]
Просування – форма повідомлень, використовуваних підприємством для інформації, переконання або нагадування споживачам про свої товари, послуги, образи, ідеї	Обухова А. Ю. [7]
Просування товару – заходи, за допомогою яких фірма інформує, переконує або нагадує споживачу про свій товар і про себе	Ставська С. М. [8]

Стрімким переходом бізнесу до мережі Internet зумовлено необхідність застосування специфічних інструментів маркетингу для того, щоб активно привертати увагу споживачів до електронних ресурсів організацій і підприємств. Як засвідчує практика, більшість промислових підприємств обмежуються створенням власного сайту чи лендінгу, який у загальному значенні комплексу заходів з просування є лише першим кроком до виведення бізнесу та продукту інновації в онлайн-мережу.

Отже, після проведення аналізу тлумачення сутності поняття «просування продукції» різними авторами виявлено, що існує безліч варіантів трактування цього поняття. Але всі вони вважають, що просування є основним довгостроковим планом маркетингової діяльності підприємства, спрямованим на вибір цільових сегментів споживачів. Воно об'єднує елементи комплексу маркетингу, ґрунтуючись на яких підприємство запроваджує ефективні маркетингові заходи, що є спрямованими на досягнення стратегічних цілей.

На підставі систематизації й узагальнення визначатимемо просування як поєднання комплексу заходів, що є спрямованими на планування та здійснення взаємодії підприємства з усіма суб'єктами маркетингової системи на підставі використання інструментів оффлайн реклами і технологій комунікацій у мережі Internet, що забезпечують стабільне й ефективне формування попиту та просування виробів і послуг на ринку задля задоволення потреб споживачів та отримання максимального прибутку.

Таким чином, просування є дієвим інструментом, який дає змогу підприємству забезпечити стійкі конкурентні переваги, утримати й залучити нових клієнтів, підтримувати партнерські стосунки із постачальниками та посередниками, створити власний позитивний імідж, підвищити рівень корпоративної культури. Відповідно до можливостей просування в Інтернеті та даних з аналітики керівництво підприємства має змогу розробити спеціальні товари й послуги для конкретних регіонів споживачів і вийти на новий рівень прибуткового промислового підприємства, що реалізує свою діяльність за межами звичних територіальних обмежень.

Науковий керівник – д-р екон. наук, професор Пономаренко В. С.

Література: 1. Балабанова Л. В., Холод В. В., Балабанова І. В. Маркетинг підприємства : навч. посіб. Київ : Центр навч. літ., 2012. 612 с. 2. Бутенко Н. В. Основи маркетингу : навч. посіб.. Київ : ВПЦ «Київський університет», 2004. 140 с. 3. Вакалюк А., Лазебник М. Аналітичне дослідження ринку маркетингових комунікацій України: тенденції та перспективи розвитку. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2016. № 5. С. 126–139. 4. Єжова Л. Ф. Інформаційний маркетинг : навч. посіб. Київ : ХНЕУ, 2002. 560 с. 5. Івченко Є. А. Дослідження підходів щодо визначення сутності маркетингової стратегії підприємства. *Механізм регулювання економіки*. 2009. № 4. С. 90–96. 6. Кардаш В. Я. Маркетингова товарна політика : навч.-метод. посіб. Київ : ХНЕУ, 2000. 124 с. 7. Обухова А. Ю. Теоретические аспекты механизма формирования рекламной стратегии предприятия сотовой связи. *Российское предпринимательство*. 2011. № 10. С. 159–171. 8. Ставська С. М. Маркетингова складова механізму впровадження інновацій. *Економічний вісник НТУУ «КПІ»*. 2010. № 2. С. 190–196.

ПЕРВИННЕ НАЛАШТУВАННЯ ОБЛІКОВОГО ЗАПИСУ GOOGLE ADWORDS

УДК 339.138

Полуляхов М. М.

Магістрант 2 року навчання
факультету менеджменту і маркетингу ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. Розглянуто особливості налаштування облікового запису Google AdWords, а також його складові. Обґрунтовано необхідність облікового запису Google AdWords, деталізовано його недоліки.

Ключові слова: Інтернет, інтернет-маркетинг, Google AdWords, Google Analytics, ключові слова, аккаунт, трафік, реклама, конверсія.

Аннотация. Рассмотрены особенности настройки учетной записи Google AdWords, а также ее составляющие. Обоснована необходимость учетной записи Google AdWords, детализированы ее недостатки.

Ключевые слова: Интернет, интернет-маркетинг, Google AdWords, Google Analytics, ключевые слова, аккаунт, трафик, реклама, конверсия.

Annotation. Considered the features of setting up a Google AdWords account, as well as its components. Justified the need for a Google AdWords account, detailed its shortcomings.

Keywords: internet, internet marketing, Google AdWords, Google Analytics, keywords, account, traffic, advertising, conversion.

Актуальність цієї теми є зумовленою передусім зростанням інтересу до інтернет-маркетингу як основного засобу збільшення прибутку завдяки налаштуванню контекстної та таргетованої реклами.

Дослідженням цього питання займалися науковці Райен Д., Васильєв Г., Андросов Н., Поляков В., Акулич М. та ін.

Метою написання статті є деталізація алгоритму сервісу пошуку контекстної реклами кампанії Google AdWords.

Google AdWords є одним із небагатьох сервісів інтернет-маркетингу з гарантованим і швидким результатом. Гарантія сервісу поширюється на те, що оголошення кампанії побачать користувачі та практично всі перейдуть на цей сайт. Для цього необхідно зареєструвати аккаунт Google AdWords, налаштувати кампанію, підібрати ключові слова, створити групи оголошень і оголошення. Для підвищення ефективності контекстної реклами слід використовувати спліт-тести. Переходи на сайт не гарантують комерційної ефективності реклами. Однак, за допомогою моніторингу можна визначати причини низької конверсії й удосконалювати сайт і продукти [1].

Первинні налаштування облікового запису Google AdWords передбачають:

- визначення цілей рекламної кампанії в Google AdWords;
- підбір ключових слів (пошукових запитів) і прорахунок бюджету майбутньої рекламної кампанії;
- налаштування рекламних кампаній (вибір і налаштування мереж, типів пристроїв, місць розташування, ставок і бюджетів, методу показу оголошень);
- організацію структури облікового запису AdWords (розбиття ключових слів на семантичні групи та їх розподіл за кампаніями і групами оголошень);
- складання текстів оголошень;
- зв'язок акаунтів Google AdWords і Google Analytics [3].

Для визначення основних цілей рекламної кампанії в AdWords необхідно чітко визначити цілі цієї кампанії. Інакше кажучи, чітко відповісти на запитання: «Для чого створюється рекламна кампанія?», «Яких цілей вона має досягти?».

Цілями реклами в AdWords можуть бути підвищення впізнаваності бренда, збільшення обсягу продажу і залучення клієнтів. Підвищення впізнаваності бренда полягає в тому, щоб якомога більша кількість користувачів побачила назву бренда. Збільшення обсягу продажів і залучення клієнтів відбуваються завдяки зростанню конверсії [4].

Підбір ключових слів є одним із головних налаштувань у AdWords. Це слова і фрази, за якими показуватимуться оголошення у відповідь на пошукові запити користувачів.

Важливо знати, що ключові слова:

- мають не повторюватися як у різних групах оголошень, так і у різних кампаніях;
- в одній групі оголошень рекомендовано додавати не більше 10–20 ключових слів;
- у ключових словах краще використовувати фрази з двох-трьох слів.

Важливо на етапі підбору ключових слів скласти список мінус-слів [4].

Перш ніж налаштувати рекламну кампанію, необхідно створити обліковий запис AdWords.

Розглянемо, які етапи передбачає створення кампанії.

1. Вибір типу кампанії. Можна вибирати з варіантів: пошукова та медійна мережа і Google (у цій кампанії створюються товарні оголошення з Google Merchant Center).

2. Мережі. Існують дві мережі: пошукова, складовою якої є пошук Google, його партнери, а також деякі служби Google (картинки, карти, покупки та ін.). Контекстно-медійна мережа охоплює мільйони сайтів партнерів Google, а також деякі власні проекти Google, такі як Gmail, YouTube, Blogger та ін. Вибір мережі при налаштуванні кампанії залежить від цілей рекламної кампанії.

3. Пристрої. За замовчуванням ваша реклама Google Adwords показуватиметься на всіх пристроях (комп'ютери, планшетні ПК та мобільні пристрої з повнофункціональними браузерами). Однак, можна встановити ставки для різних типів пристроїв.

4. Місця розташування; у цих налаштуваннях задається геотаргетинг рекламної кампанії.

5. Мови; у цих налаштуваннях встановлюються мови сайтів, на яких показуватиметься реклама.

6. Ставки і бюджет. Залежно від того, чи хоче організація призначити ставки вручну або автоматизувати процес, платити за кліки або за тисячу показів, слід вибрати відповідний тип призначення ставок. Бюджет цілком залежить від того, скільки організація готова витратити на рекламну кампанію; у будь-який момент можна змінити бюджет.

У кожному конкретному випадку правильний вибір цих налаштувань також залежить від цілей і завдань, які ставляться перед рекламною кампанією [3].

Щоб максимально використовувати рекламний потенціал AdWords, необхідно добре організувати структуру облікового запису.

Структура акаунту – розподіл ключових слів і оголошень за групами оголошень залежно від тематики товару та виду рекламованого товару (рис. 1) [2].

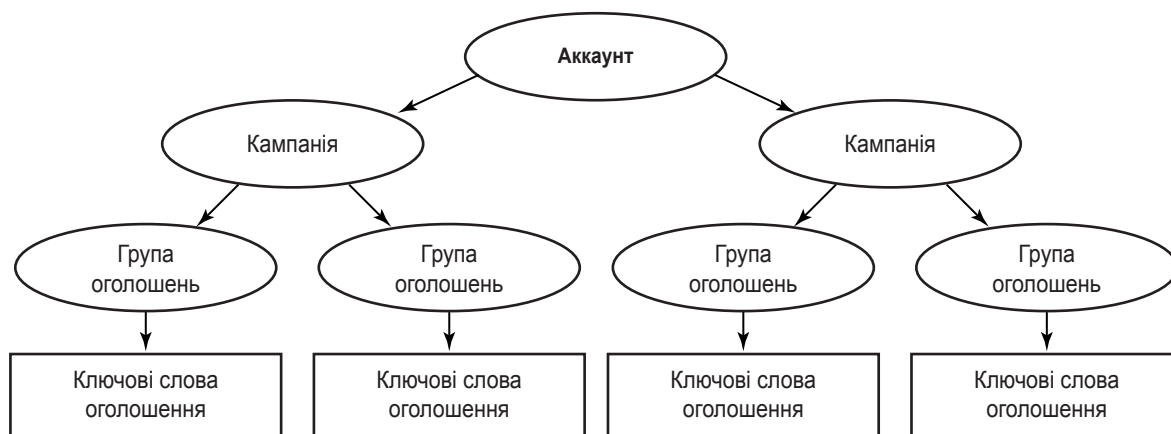


Рис. 1. Структура акаунту

Акаунт AdWords складається з чотирьох основних рівнів: кампанії, групи оголошень, оголошень, ключових слів.

Мета складання тексту оголошення – змусити користувача перейти на конкретний сайт. Це можливо, якщо на тлі оголошень конкурентів цей сайт є помітнішим і переконливішим.

Щоб потенційні клієнти клікали саме по цьому оголошенню, необхідно:

- використовувати ключові слова в тексті оголошень, це сприяє підвищенню релевантності оголошення, добре впливає на показник якості, що, у свою чергу, покращує позиції оголошень і знижує вартість кліка;
- указувати в оголошеннях переваги, це можуть бути безкоштовна або швидка доставка, сезонні знижки, низька вартість;

– використовувати заклик до дії в тексті оголошення, підказки, що слід зробити клієнту, наприклад: «Замовляйте зараз», «Купуйте», «Купіть у нас», «Реєструйтеся», «Дізнайтеся» [4].

Дуже важливо відстежувати якість трафіка з контекстної реклами, тому потрібно обов'язково прив'язати обліковий запис AdWords до облікового запису Google Analytics. Для цього потрібно в Google Analytics перейти у розділ «Адміністратор», далі в стовпці «Аккаунт» перейти на «Посилання на AdWords» і останнє – «+ Додати аккаунт» [3].

Складності застосування Google AdWords є пов'язаними з тим, що кількість кваліфікованих фахівців, які володіють сертифікатами Google AdWords з налаштування контекстної реклами, вкрай мало, через що якісне складання кампаній стає важко виконуваним завданням. До того ж мінімальна оплата роботи за первинні налаштування в Google AdWords становить 200 дол. США, що достатньо дорого для деяких підприємців.

Таким чином, Google AdWords є корисним сервісом, що за грамотного підходу дає змогу вигідно рекламувати будь-які товари або послуги. Однак, налаштування контекстної реклами є досить важким процесом, який вимагає чималих витрат і роботи висококваліфікованого фахівця.

Науковий керівник – д-р екон. наук, професор Ястремська О. М.

Література: 1. Васильев Г. А., Поляков В. А. Рекламный маркетинг. М. : Вузовский учебник, Инфра-М, 2013. 368 с. 2. Акулич М. В. Интернет-маркетинг. М. : Дашков и К°, 2016. 352 с. 3. Андросов Н., Ворошилова И., Долгов Д. Интернет-маркетинг на 100 %. СПб. : Питер, 2016. 240 с. 4. Райен Д. Краткий курс интернет-маркетинга. М. : ШКИМБ, 2013. 320 с.

РЕСТАЙЛІНГ І РЕПОЗИЦІОНУВАННЯ ЯК ОСНОВНІ СКЛАДОВІ РЕБРЕНДИНГУ

УДК 339.138

Полуляхов М. М.

Магістрант 2 року навчання
факультету менеджменту і маркетингу ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. Розглянуто рестайлінг і репозиціонування, а також їх складові. Обґрунтовано об'єктивні умови, за яких слід проводити рестайлінг і репозиціонування. Проаналізовано наслідки правильного виконання цих процесів.

Ключові слова: ребрендинг, рестайлінг, репозиціонування, редизайн, бренд.

Аннотация. Рассмотрены рестайлинг и репозиционирование, а также их составляющие. Обоснованы объективные условия, при которых следует проводить рестайлинг и репозиционирование. Проанализированы последствия правильного выполнения этих процессов.

Ключевые слова: ребрендинг, рестайлинг, репозиционирование, редизайн, бренд.

Annotation. Considered restyling and repositioning, as well as their components. The objective conditions under which it should be restyled and repositioned are substantiated. Analyzed the consequences of the correct execution of these processes.

Keywords: rebranding, restyling, repositioning, redesign, brand.

Незважаючи на зростаючий інтерес фахівців різного профілю до феномена та процедури ребрендингу, серед яких переважають маркетологи, бренд-менеджери і PR-фахівці, заявлена тема залишається маловивченою. Це зумовлено малим обсягом інформації, відсутністю належної практики і досвіду щодо ребрендингу: відсутні загальний алгоритм комплексної дії й апробовані критерії її аналізу.

Дослідженням цього питання займалися науковці Анурин В., Шарков Ф., Макашов М., Овчинникова О. та ін.

У спеціалізованих періодичних виданнях переважає описовий підхід; констатація факту мало допомагає при спробі корекції бренду.

Метою написання статті є узагальнення основних понять ребрендингу.

Ребрендинг є найефективнішим засобом підвищення ступеня лояльності споживачів до бренду, отже, і до обсягу продажів і отримання прибутку. Цей захід є комплексною PR-акцією, вичерпним обґрунтуванням якої є поданий результат якісного дослідження [3].

Ребрендинг – кардинальна зміна концепції, ідеології ведення бізнесу компанії. Якщо рестайлінг оновлює лише зовнішні атрибути фірми (логотип, емблему, слоган та ін.), то ребрендинг зачіпає внутрішні аспекти її діяльності: цільову аудиторію, напрямки роботи, позиціонування, ідею.

Цей складний процес довіряють відомим іміджевим фахівцям, які перед втручанням проводять маркетинговий аудит компанії і на підставі результатів вносять серйозні корективи в її роботу. Після завершення внутрішніх перетворень проводять корекцію (рестайлінг) зовнішніх ідентифікаторів фірми. Рестайлінг є невід'ємною складовою ребрендингу (рис. 1) [2].

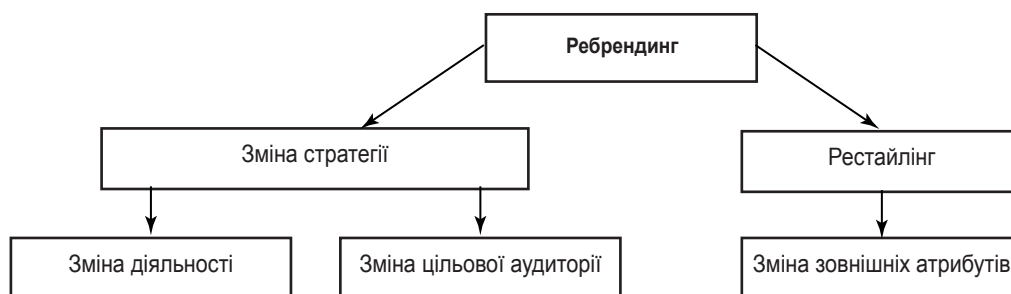


Рис. 1. Складові ребрендингу

За застосування рестайлінгу ідеологія бренду не змінюється: цільова аудиторія залишається колишньою, а образ фірми (емблема, стиль, упаковка, інфопродукт та ін.) підбирають під настрої й потреби клієнтів.

Зазвичай застосування рестайлінгу спричиняють:

- високий темп відновлення ринкового сегмента;
- становлення ринку, більш зріла аудиторія;
- усунення первинних помилок стилю;
- ребрендинг, зміна позиціонування;
- відбудова від конкурента.

На рисунку схематично зображено складові рестайлінгу (рис. 2) [2].

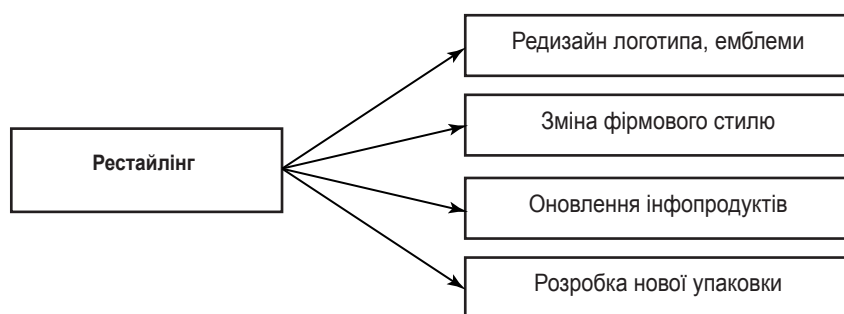


Рис. 2. Складові рестайлінгу

Редизайн передбачає зміну логотипу та фірмового стилю, ділової документації й будь-якої іншої наявної атрибутики. Редизайн є дуже тонким і цікавим процесом. Основне завдання дизайнера полягає в тому, щоб оновити образ, зберігши при цьому максимальну кількість сполучних між старим і новим образами. Навіть за незна-



чних змін, якщо їх здійснено грамотно, результат може бути дуже дієвим. Якісний редизайн дає змогу зберегти впізнаваність бренду, підвищивши при цьому його привабливість і актуальність.

Зміна фірмового стилю вимагає зваженого підходу. Якщо компанія не хоче втрачати завойовані позиції на ринку, але прагне поліпшити свій імідж, краще обмежитися коригуванням існуючого фірмового стилю, ніж створювати його з нуля. Коригування також необхідне, якщо компанія має кілька напрямів діяльності та прагне виділити окрему лінію продуктів або окремо взятий бренд [1].

Під час розробки нової упаковки для товару виробники беруть до уваги кілька основних моментів. Дизайн нової упаковки має викликати асоціацію із товаром, бути в одному стилі. Упаковка має виділятися на тлі упаковки товарів конкурентів. І напевно, найголовнішою складовою є інформативність упаковки, зрозумілі і розбірливі написи для покупців, що забезпечуватимуть правильну реакцію покупця на текст упаковки. У фокус-групах аналізуються і перевіряються різні графічні рішення: вид шрифту, палітра кольорів, вміст графічних елементів та ін. [3].

Не менш важливою складовою ребрендингу є репозиціонування товару. Це дуже серйозний процес, оскільки в більшості випадків він перекреслює всі інвестиції у просування товару, зроблені в минулому, і може спричинити істотне зниження продажів. Репозиціонування є процесом зміни статусу (місця) бренду на ринку і серед конкурентів.

Фахівці зі світовим досвідом у сфері маркетингових комунікацій і консалтингу серед причин, що вимагають проведення репозиціонування бренду, виділяють:

- слабкий, застарілий, невідповідний імідж бренду, через що у споживача виникають негативні асоціації з товаром;
- байдужість цільової аудиторії до бренду, відсутність чітко сформованого іміджу, будь-яких асоціацій із товаром (як позитивних, так і негативних) у споживачів;
- поява на ринку нових гравців або зміна в позиціонуванні брендів-конкурентів: часто конкуренти копіюють успішні стратегії позиціонування або наближаються до іміджу продукту настільки близько, що для звичайного споживача відмінності стають ледь помітними; такі дії змушують змінювати позиціонування бренду для формування його довгострокової стабільності;
- форс-мажорні обставини, які можуть мати вкрай негативний вплив на позиціонування бренду, але передбачити або спрогнозувати появу яких неможливо; настання таких обставин може стати причиною ініціації процесу репозиціонування бренду [4].

Таким чином, провести репозиціонування і рестайлінг належним чином означає зробити бренд актуальним і цікавим, втілити свіжі емоції та ідеї. Зазвичай повне зникнення старого бренду не відбувається, зберігаються елементи впізнаваності, але буває, що необхідним є створення абсолютно нового бренду. Рестайлінг, як і процес репозиціонування, є постійними й невід'ємними складовими його розвитку, змінюваними із життєвим циклом бренду.

Науковий керівник – д-р екон. наук, професор Ястремська О. М.

Література: 1. Анурин В., Муромкина И., Евтушенко Е. Маркетинговые исследования потребительского рынка. СПб. : Питер, 2004. 272 с. 2. Макашева З. М., Макашева М. О. Брендинг : учебное пособие. СПб. : Питер, 2011. 288 с. 3. Овчинникова О. Г. Ребрендинг : учебное пособие. М. : Альфа-Пресс, 2007. 168 с. 4. Шарков Ф. И. Магия бренда. М. : Альфа-Пресс, 2006. 266 с.



МЕТОДИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ОЦІНКИ ФІНАНСОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

УДК 336.11:658.15

Потапенко А. В.

Студент 4 курсу
фінансового факультету ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. Визначено сутність фінансового потенціалу підприємства. Досліджено практичні й методичні аспекти оцінки фінансового потенціалу підприємства, а також умови його формування. Складено алгоритм комплексного аналізу й оцінки фінансового потенціалу, що є підґрунтям для розробки стратегії розвитку підприємства, на прикладі ТОВ «Трансазовбуд».

Ключові слова: підприємство, організація, суб'єкт господарювання, фінанси, фінансово-господарський стан, потенціал, фінансовий потенціал підприємства, методика оцінки фінансового потенціалу, експрес-аналіз.

Аннотация. Определена сущность финансового потенциала предприятия. Исследованы практические и методические аспекты оценки финансового потенциала предприятия, а также условия его формирования. Составлен алгоритм комплексного анализа и оценки финансового потенциала, являющегося основой для разработки стратегии развития предприятия, на примере ООО «Трансазовбуд».

Ключевые слова: предприятие, организация, субъект хозяйствования, финансы, финансово-хозяйственное состояние, потенциал, финансовый потенциал предприятия, методика оценки финансового потенциала, экспресс-анализ.

Annotation. The essence of the financial potential of the enterprise. The practical and methodological aspects of assessing the financial potential of the enterprise, as well as the conditions for its formation are investigated. An algorithm for complex analysis and evaluation of financial potential, which is the basis for the development of an enterprise development strategy, was developed using the example of Transazovbud LLC.

Keywords: enterprise, organization, business entity, finance, financial and economic condition, potential, financial potential of an enterprise, methodology for assessing financial potential, express analysis.

За сучасних економічних умов методологічний апарат оцінювання підприємством свого поточного фінансово-господарського стану та розробки ефективних і, головне, продуктивних стратегій розвитку зазнає суттєвих змін. У зв'язку із цим нагальним є питання вибору результативного інструментарію оцінки фінансового потенціалу підприємства, який надасть змогу оперативно виявляти інтегровані потенційні можливості та неспроможності підприємства, а також визначати приховані резерви задля підвищення ефективності його діяльності.

Дослідженням питань методики аналізу й діагностики фінансового потенціалу підприємства займалися і займаються Бланк І. А., Пустовгар С. А., Алексеєнко І. І., Назаренко А. С., Кунцевич В. О., Старовойтов М. К., Фомін П. А. та ін.

На сучасному етапі розвитку економіки проблема ефективного формування й використання фінансового потенціалу продовжує зберігати свою актуальність. Однак, єдиної методики його ефективного аналізу й комплексної оцінки досі не розроблено. Віддаючи належне науковому та практичному значенню праць науковців, підкреслимо, що на сьогодні чимало проблем залишаються дискусійними, що не дозволяє ефективно здійснювати управління фінансовим потенціалом підприємств. Так, передусім потребують уточнення наукові положення й методичні рекомендації щодо трактування сутності фінансового потенціалу; виникає необхідність у подальшому дослідженні практичних і методичних аспектів оцінки фінансового потенціалу підприємства й умов його формування.

Проведений понятійний аналіз дає підстави дійти узагальнюючого висновку, що фінансовим потенціалом підприємства є сукупність взаємопов'язаних і взаємодоповнюючих елементів, комплекс яких надає змогу досягти запланованих фінансових результатів, а також стратегічних цілей у поточному та майбутньому періодах.

У науковій літературі увагу акцентовано на термінологічному та класифікаційному аспектах проблеми, при цьому майже відсутні конкретні розробки стосовно ідентифікації рівня потенціалу підприємства.

Метою написання статті є обґрунтування й апробація на прикладі ТОВ «Трансазовбуд» методики аналізу й оцінки фінансового потенціалу, спрямованої на формування й ефективне використання фінансових ресурсів в управлінні його діяльністю. На прикладі ТОВ «Трансазовбуд» доцільним є дослідження та застосування методики визначення рівня фінансового потенціалу підприємства, а саме проведення експрес-аналізу основних показни-

ків, що характеризують ліквідність, рентабельність і фінансову стійкість підприємства, а також рейтингової оцінки обраних показників для віднесення їх до того чи іншого рівня фінансового потенціалу (табл. 1) [2].

Таблиця 1

Експрес-аналіз фінансових показників ТОВ «Трансазовбуд», 2014–2016 рр.

Показник	Джерело	2014	2015	2016
Коефіцієнт автономії	(ф.1, р. 1495 – р. 1095 + р. 1600 + р. 1615)/ (ф.1, р. 1100 + р. 1110)	0,02	0,02	0,02
Коефіцієнт загальної ліквідності	ф.1, р. 1195/ф.1, р.1695	1,44	1,00	1,71
Коефіцієнт термінової ліквідності	(ф.1, р. 1195 – р.1100 – р. 1110)/ ф.1, р. 1695	1,42	1,79	0,51
Коефіцієнт абсолютної ліквідності	(ф.1, р. 1160 + р. 1165)/ ф.1, р. 1695	0,07	0,34	0,11
Рентабельність усіх активів	(ф.2, р.2350/ ф.1, р.1300 СРЗ*100)	0,55	0,81	0,85
Рентабельність власного капіталу	ф.2, р. 2350/ ф.1, р. 1495 СРЗ	7,46	15,01	43,02
Частка залучених коштів у загальній сумі джерел	ф.1, р. 1300/ (ф.1, р.1595+ф.1, р.1695)	1,02	1,02	1,02

На підставі отриманих результатів розрахунків (табл. 1) проведемо аналіз деяких аспектів фінансового стану підприємства. Протягом усього періоду активи підприємства забезпечено власними коштами на 2 %, що свідчить про кризовий рівень фінансової залежності підприємства. Такі дані повинні свідчити і про кризовий стан привабливості для інвесторів і кредиторів, однак, для підприємства, для якого будівництво є основною діяльністю, така ситуація є нормою, оскільки основна частина платежів є авансовими.

Коефіцієнт загальної ліквідності за розрахунками має 1–1,71, що характеризує середній рівень ліквідності його ресурсів. Коефіцієнти швидкої й абсолютної ліквідності підприємства перебувають у межах нормативних значень, що свідчить про можливість своєчасної оплати боргів. Отримана рентабельність власного капіталу відображає високу ефективність використання активів, створених за рахунок власних коштів.

Для визначення рівня фінансового потенціалу порівняємо отримані значення фінансових коефіцієнтів із даними рейтингової оцінки і на підставі визначення середньої арифметичної наявних розрахунків побудуємо криву фінансового потенціалу ТОВ «Трансазовбуд» за 2014–2016 рр. (табл. 2) [7].

Таблиця 2

Крива фінансового потенціалу ТОВ «Трансазовбуд» за фінансовими показниками, 2014–2016 рр.

Найменування показника	Високий рівень	Середній рівень	Низький рівень
Коефіцієнт автономії			*
Коефіцієнт загальної ліквідності			*
Коефіцієнт термінової ліквідності			*
Коефіцієнт абсолютної ліквідності			*
Рентабельність усіх активів	*		
Рентабельність власного капіталу	*		
Частка залучених коштів у загальній сумі джерел			*

Бачимо (табл. 2), що отриманому рівню показників ТОВ «Трансазовбуд» за визначений період можемо приписати середній рівень фінансового потенціалу.

Для забезпечення більшої обґрунтованості визначеного рівня фінансового потенціалу перейдемо до наступного етапу – оцінки за критерієм можливості залучення додаткового капіталу, яка, у свою чергу, зводиться до оцінки комерційної репутації підприємства [4].

Пропонується розробити систему оцінки коефіцієнта комерційної репутації підприємства (ККРП) – комплексний показник функціональної залежності між аспектами і спрямованістю управлінської діяльності, що визначають експертним шляхом:

$$ККРП = \sum_{i=1}^n ККРП_{част.} \quad (1)$$



де $ККРП_{част}$ – часткові коефіцієнти комерційної репутації підприємства;
 n – кількість розглянутих часткових ККРП [6].

Методологія розрахунку КППР має такий вигляд: кожний із дев'яти часткових показників комерційної репутації підприємства оцінюється від 0 до 1 бала експертним шляхом. Отже, максимальне значення ККРП становить 9 балів, а мінімальне – 0 балів.

Розрахунок часткових коефіцієнтів комерційної репутації ТОВ «Трансазовбуд» подано у табл. 3 [6].

Таблиця 3

Розрахунок часткових коефіцієнтів комерційної репутації ТОВ «Трансазовбуд»

Назва часткового коефіцієнта якості управління	Оцінка одиничного коефіцієнта комерційної репутації підприємства	Бал
1. Філософський аспект	Помітний високий рівень сформованості корпоративної культури. Конфлікти існують на різних рівнях, однак, ефективно вирішуються	0,8
2. Поведінковий аспект	Підприємство підтримує зв'язок із пресою, надає інформацію про розвиток у районні видання, одним із яких є «Наше слово», а також співпрацює з органами місцевого самоврядування. Основну інформацію про підприємство розміщено на інтернет-ресурсах. Продукція підприємства користується достатнім попитом серед державних підприємств	0,8
3. Інформаційний аспект	Підприємство досліджує ринок, має бази за всіма складовими виробничо-господарської діяльності (дебітори, кредитори, постачальники, споживачі, конкуренти та ін.)	0,8
4. Аспект принципу дії	Підприємство проводить комплексний аналіз своєї діяльності, залучає для оцінки аудиторські фірми	0,9
5. Аспект диференціації	Підприємство освоює нові ринкові ніші, а також зміцнює зв'язки з існуючою клієнтською базою	0,7
6. Організаційний аспект	Діє організаційна структура управління, рівень гнучкості управління є досить високим. Періодично здійснюються нововведення, що позитивний впливають на діяльність підприємства в цілому	0,7
7. Соціальний аспект	Соціальний захист працівників підприємства на рівні вище середнього	0,7
8. Аспект управління персоналом	Підприємство забезпечене кваліфікованими працівниками, більшість із них мають вищу та професійно-технічну освіту й досвід роботи	0,8
9. Аспект ключової фігури в керівництві	Керівник підприємства має значний досвід і кваліфікацію, важливі зв'язки у сфері бізнесу, готовий до виправданого ризику	0,9
ККРП		7,1
Рівень ФПП		Середній

Отже, підприємство за критерієм оцінки залучення додаткового капіталу має середній рівень фінансового потенціалу, що, у свою чергу, свідчить про можливість залучення капіталу в обсязі, необхідному лише для поповнення оборотного капіталу.

На підставі проведеної комплексної й обґрунтованої оцінки фінансового потенціалу ТОВ «Трансазовбуд» можемо надати йому середній рівень, однак, слід сказати про наявність потенціалу до зміни на краще. Під час розрахунку основних показників спостерігалися негативні фактори – показники фінансової стійкості підприємства, однак, така тенденція є спричиненою виключно специфікою діяльності аналізованого підприємства.

Таким чином, запропонована методологія розрахунку фінансового потенціалу підприємства охоплює основні інтегровані процеси, що протікають у різних функціональних галузях. У результаті забезпечується системний погляд на підприємство, що дає змогу виявити сильні та слабкі сторони, а також сформулювати на цій підставі комплексний план перспективного розвитку.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Добринь С. В.

Література: 1. Алексеєнко І. І. Визначення фінансового потенціалу адміністративно-територіальної одиниці : автореф. дис. ... канд. екон. наук : 08.00.08. Харків : ХНЕУ, 2013. 23 с. 2. Бланк І. О. Фінансовий менеджмент : навч. посіб. Київ : Ельга, 2008. 722 с. 3. Кунцевич В. О. Поняття фінансового потенціалу розвитку підприємства та його оцінка. *Актуальні проблеми економіки*. 2004. № 7. С. 123–128. 4. Назаренко А. С. Теоретичні підходи до визначення сутності економічної категорії «фінансовий потенціал». *Економіка. Фінанси. Право*. 2009. № 8. С. 22–29. 5. Пустовгар С. А. Перспективная диагностика неплатежеспособности украинских предприятий с уче-

том их финансового потенциала. *Економіка. Фінанси. Право*. 2016. № 4. С. 37–44. **6.** Селезень О. М. Оцінка фінансового потенціалу підприємства. *Вісник Сумського національного аграрного університету*. 2017. № 4 (71). С. 32–35. **7.** Фомін П. А., Старовойтов М. К. Особливості оцінки потенціалу промислових підприємств. URL: <http://www.cfin.ru/management/manufact/manufactpotential>.

ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ТРАНСПОРТНО-СКЛАДСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

УДК 638.5

Прісіч Ю. О.

Магістрант 2 року навчання
факультету менеджменту і маркетингу ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Визначено пріоритетні шляхи підвищення ефективності транспортно-складської діяльності підприємства. Розглянуто поняття, основні етапи та ключові взаємозалежності у ході реалізації транспортно-складського процесу. Визначено роль новітніх програмних продуктів в управлінні транспортно-складською діяльністю підприємства. Запропоновано інструментарій для підвищення ефективності транспортно-складської діяльності підприємства.*

Ключові слова: *підприємство, організація, транспорт, продукція, логістика, транспортно-складська діяльність, ланцюги поставок.*

Аннотация. *Определены приоритетные пути повышения эффективности транспортно-складской деятельности предприятия. Рассмотрены понятие, основные этапы и ключевые взаимозависимости в ходе реализации транспортно-складского процесса. Определена роль новейших программных продуктов в управлении транспортно-складской деятельностью предприятия. Предложен инструментарий для повышения эффективности транспортно-складской деятельности предприятия.*

Ключевые слова: *предприятие, организация, транспорт, продукция, логистика, транспортно-складская деятельность, цепи поставок.*

Annotation. *The priority directions of increase of efficiency of transport-warehouse activity of the enterprise are determined. The concept, the main stages and key interdependencies during the implementation of the transport and warehouse process are considered. The role of the newest software products in the management of transport and warehouse activity of the enterprise has been determined. The toolkit for increasing the efficiency of transport and warehouse activity of the enterprise is offered.*

Keywords: *enterprise, organization, transport, products, logistics, transport and warehouse activity, supply chains.*

Питання постачання підприємств сировиною і комплектуючими матеріалами, а також збуту готової продукції є важливими у діяльності будь-якої організації. Транспортно-складські витрати істотно впливають на собівартість продукції, є прямими накладними витратами на цю продукцію.

Транспортно-складська логістика є важливим фактором підвищення конкурентоспроможності фірми. В основі транспортно-складських процесів компанії лежать сумарні витрати на весь комплекс транспортно-складських послуг на шляху доставки продукції від постачальника до споживача. Залежно від виду вантажів, способів транспортування, вантажопереробки і зберігання сумарні витрати на транспортно-складські операції становлять від 7 % до 30 % собівартості продукції, і спостерігається тенденція їх зростання.

Сучасна транспортно-складська логістична система підприємства є комплексом взаємопов'язаних автоматизованих транспортних і складських механізмів та обладнання для навантаження, розвантаження, укладання, зберігання, транспортування, тимчасового накопичення предметів праці, інструментів і технологічного оснащення.

Питання транспортно-складської діяльності підприємства досліджували науковці Заярний А. П., Севрюк В. О., Співак Я. О., Лагоцький Т. Я., Фалович В. А. та ін.

Метою написання статті є пошук шляхів підвищення ефективності транспортно-складської діяльності підприємства.

У період зміни типів економічних відносин поживається інтерес до продуктивних методів організації господарської діяльності, актуалізуються процеси взаємодії матеріально-технічного й інформаційного забезпечення, транспорту та комунікаційної інфраструктури. На передній план висувається не формальне, а економічно обгрунтоване вдосконалення прямих і опосередкованих господарських зв'язків, за яких значно підвищується роль регулювання матеріальних та інформаційних потоків із урахуванням позитивних і негативних явищ внутрішнього й зовнішнього характеру, що входить до кола заач, вирішуваних логістикою [3].

Локальні зміни витрат у окремих функціональних сферах діяльності підприємства можуть мати неадекватний вплив на загальний процес функціонування. Саме тому вдосконалення діяльності будь-якого суб'єкта господарювання має ґрунтуватися на системному й комплексному підходах, що передбачає оптимізацію широкого комплексу взаємозв'язків і взаємозалежностей: структурних, ресурсних, економічних.

Для оптимального співвідношення витрат і доходів економічні компроміси слід шукати на стратегічному, організаційному й оперативному рівнях. Здійснені на підставі логістичного підходу, економічні компроміси дають змогу мінімізувати сумарні витрати і підвищують у кінцевому результаті прибуток підприємства. У зв'язку із цим на все більшу увагу заслуговують підприємства, які застосовують у своїй діяльності досвід координації закупівель, збуту і перевезень, заснований переважно на концентрації взаємопов'язаних функцій зі складування та транспортування в єдині служби, під єдиним керівництвом. На відміну від старих методів ізольованого управління вантажними перевезеннями та складським господарством, у цих фірмах здійснюється перехід до об'єднаного або скоординованого управління вантажопотоками [3; 4].

Основною ціллю управління транспортно-складською діяльністю в ланцюгах поставок є підвищення якості обслуговування клієнтів за умови оптимізації транспортних, складських та інших пов'язаних з ними витрат.

При цьому транспортно-складська діяльність підприємства базується на дотриманні ключових принципів логістики в ході обслуговування ланцюгів поставок, завдяки чому досягається реалізація оптимального рівня транспортно-складських процесів і операцій, інтеграція операторів логістичного ринку. Це, у свою чергу, створює синергетичний ефект, який має своє відображення у підвищенні показників ефективності транспортно-складської діяльності [4].

Отже, транспортно-складський процес є складною сукупністю взаємопов'язаних логістичних операцій, які мають виконуватися у певній послідовності за умов дотримання ключових принципів логістики.

Транспортна логістика вирішує велике коло завдань, серед яких як основні можна виділити вибір способу транспортування й транспортного засобу, визначення раціональних маршрутів доставки, спільне планування транспортних процесів на різних видах транспорту (у разі змішаних перевезень), процедуру транспортування [2].

На великих і середніх промислових і торговельних підприємствах набувають зростаючого значення структурні підрозділи, які реалізують логістичні підходи в управлінні, а саме з управління матеріалопотоками, комерційної логістики, розподілу та логістики, логістики маркетингу та ін. На практиці чимало компаній здійснюють перебування всього управління задля адаптації організаційної структури до багатопрофільної функції логістики.

Розвитком транспортних комунікацій і транспортних засобів, підвищенням ролі складського господарства в управлінні потоковими процесами, ускладненням ринкових відносин і динамічністю зовнішнього середовища зумовлено створення транспортно-складських логістичних систем на підприємствах, які відрізняються високою комплексністю послуг і швидкою адаптацією до кон'юнктури ринку [3].

Основні етапи транспортно-складського процесу наведено на рис. 1 [3].

Критеріями ефективності транспортно-складської діяльності підприємства є повне задоволення заявок споживачів за наявними угодами й своєчасне відвантаження продукції.

Відбір товарів проводять комплектувальники та інші працівники складу після отримання листа комплектації. Комплектувальний листок складається з урахуванням складської специфіки, що значно прискорює відбір товарів. На великому складі при механізованому відборі укомплектований вантаж знімають з місця упаковки і пересувають до зони відвантаження. При ручному способі набору і відпуску невеликої кількості товар викладають на ручні візки і переміщують до зони комплектації [4].

Застосування портативних терміналів дає змогу проводити інвентаризацію, не зупиняючи роботу складу. Після вибору товару партію упаковують. Завдяки транспорту процес руху товару (починаючи від постачальників сировини і матеріалів, охоплюючи різного роду посередників, і закінчуючи споживачами готової продукції) трансформується у конкретний логістичний ланцюг, а транспорт стає невід'ємною складовою єдиного транспортно-складського процесу. У цьому ланцюзі основні функції транспорту полягають у переміщенні вантажів та їх зберіганні.



Рис. 1. Основні етапи транспортно-складського процесу на підприємстві

Виділенню транспорту в самостійну функціональну сферу логістики сприяють такі основні фактори:

- здатність транспорту реалізувати основну ідею логістики – створити надійно, стійко й оптимально функціонуючу систему «постачання – виробництво – складування – розподіл – споживання»;
- неминучість розв’язання низки складних транспортних проблем при виборі каналів розподілу сировини, напівфабрикатів і готової продукції у межах логістичної системи;
- висока частка транспортних витрат, максимальна величина яких сягає 50 % у загальних логістичних витратах на просування товару від первинного джерела сировини до кінцевого споживача готової продукції;
- наявність чималої кількості транспортно-експедиційних підприємств, які відіграють вагомую роль у організації оптимальної доставки товарів, як у внутрішніх перевезеннях, так і в міжнародних повідомленнях [2].

Найефективнішим методом скорочення витрат є застосування автоматизованих інформаційних систем, нових технологій та обладнання, які дають змогу оптимізувати і раціоналізувати управлінські функції на кожному етапі транспортно-складського процесу на підприємстві.

Використання сучасних програмних продуктів дає змогу суттєво підвищити оперативність прийняття управлінських рішень та їх якість, сприяють своєчасній ідентифікації потенційних проблем і незапланованих відхилень по усій довжині логістичного ланцюга. Одним із важливих аспектів застосування автоматизації є її реалізація за умов складських операцій, що дає змогу покращити якість технологічних процесів і забезпечити чіткі й виважені рішення. Це дає підстави стверджувати, що фінансування процесів, пов’язаних із автоматизацією, і використання новітніх програмних рішень, продуктів, технологій і обладнання є запорукою підвищення ефективності транспортно-складської діяльності підприємства [5].

Доречним є застосування в обліку транспортно-складської діяльності підприємства програмного забезпечення, що сприятиме скороченню часу проведення всіх складських операцій, скороченню кількості помилкових складських операцій, підвищенню точності обліку товару та зменшенню залежності від людського фактора.

Найвідомішими інформаційними системами управління транспортно-складською діяльністю підприємства є різноманітні програмні продукти типів Transport Management System (система управління транспортом) та Warehouse Management System (система управління складом), які використовують у своїй роботі провідні вітчизняні підприємства.

Таким чином, підвищення ефективності транспортно-складської діяльності підприємства є актуальним питанням сьогодення, пов'язаним із налагодженням оптимального товароруку в контексті управління ланцюгами поставок. Воно напряму пов'язане із використанням сучасних програмних продуктів і адаптованих управлінських рішень згідно із усталеними принципами логістичної діяльності. При цьому досягнення синергетичного ефекту можливе в результаті комплексного впливу новітніх засобів і підходів до систем управління транспортно-складськими операціями та матеріальними потоками на відповідні процеси щодо всього логістичного ланцюга.

Науковий керівник – д-р екон. наук, професор Сисоєв В. В.

Література: 1. Заярний А. П. Щодо дослідження впливу витрат на складське господарство у загальній структурі витрат логістичної системи. *Науково-технічний збірник ХНАМГ*. 2012. № 105. С. 420–423. 2. Севрюк В. О. Напрями оптимізації управління транспортними та складськими процесами на підприємстві. *Управління розвитком*. 2014. № 8. С. 150–152. 3. Співак Я. О. Система транспортно-складської логістики на підприємстві як фактор оптимізації потокових процесів. URL: <http://www.sworld.com.ua/konfer36/41.pdf>. 4. Фалович В. А. Складське господарство в ланцюгу поставок: між витратами та корисністю. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка»*. 2014. № 811. С. 438–445. 5. Матвієнко-Біляєва Г. Л. Підконтрольні показники логістичної діяльності підприємства. *Ефективна економіка*. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=4243>.

ІНТЕГРАЛЬНА ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ ФОРМУВАННЯ ФІНАНСОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

УДК 338.984

Ревенчук Е. С.

Студент 4 курсу
фінансового факультету ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. Запропоновано методичний підхід до оцінки фінансового потенціалу підприємства, що дає змогу отримати об'єктивну інтегральну оцінку ефективності його формування, а також сприяє прийняттю обґрунтованих рішень задля забезпечення економічного зростання підприємства.

Ключові слова: підприємство, організація, фінанси, потенціал, фінансовий потенціал, інтегральний показник, методичний підхід.

Аннотация. Предложен методический подход к оценке финансового потенциала предприятия, позволяющий получить объективную интегральную оценку эффективности его формирования, а также способствующий принятию обоснованных решений для обеспечения экономического роста предприятия.

Ключевые слова: предприятие, организация, финансы, потенциал, финансовый потенциал, интегральный показатель, методический подход.

Annotation. A methodical approach to assessing the financial potential of an enterprise is proposed, which makes it possible to obtain an objective integral assessment of the effectiveness of its formation, as well as facilitating informed decision-making to ensure the economic growth of the enterprise.

Keywords: enterprise, organization, finance, potential, financial potential, integral indicator, methodical approach.

Формування фінансового потенціалу промислових підприємств є цілеспрямованим управлінським впливом на фінансові ресурси для досягнення фінансового добробуту промислових підприємств і нарощування рівня їх фінансового потенціалу задля розвитку й відновлення виробництва на його інноваційній основі. Забезпечення ефективності формування фінансового потенціалу можливе лише за умови надання адекватної й комплексної оцінки його поточного та перспективного станів, що актуально за будь-яких умов функціонування вітчизняних підприємств.

Проблеми оцінювання фінансового потенціалу підприємств та управління ним досліджували чимало науковців-економістів: Тоффлер Р., Мескон М., Шеремет А., Баканов М., Бланк І., Пустовгар С., Данілішин Б., Єгоров П., Стецюк П. та ін. Зважаючи на складність досліджуваного явища, односпайної думки щодо трактувань, методів та інструментів його оцінки не існує.

Метою написання статті є узагальнення й апробація методу інтегральної оцінки фінансового потенціалу підприємства задля визначення ефективності його формування.

Критерієм надання комплексної оцінки фінансового потенціалу підприємства є врахування в одному показнику всіх аспектів діяльності підприємства, що характеризують його діяльність і забезпечують економічну та фінансову безпеку. Інструментом надання комплексної оцінки є застосування інтегрального аналізу для оцінки фінансового потенціалу підприємства.

Інтегральний метод оцінки є ефективним, якщо необхідно враховувати вплив факторів на економічні процеси, дає змогу усунути неоднозначність оцінки впливу факторів і отримати найточніший результат [1]. Інтегральна оцінка доповнює і розширює можливості традиційного аналізу, базується на використанні вже існуючих методів оцінки та системи показників. Водночас можливість побудови (розробки інтегрального показника) визначається за двома основними факторами: напрямом оцінки та існуючою інформаційною базою.

На першому етапі обирають базу порівняння для визначення абсолютних і відносних відхилень. Інтегральний показник оцінки ефективності розраховують із використанням бази порівняння за минулі періоди або із використанням нормативних значень, установлених шляхом експертної оцінки. Процедура інтегральної оцінки передбачає використання певних методів. Основними вимогами до окремих показників при побудові інтегрального є те, що вони мають бути вузько спрямованими, тобто має існувати можливість інтерпретації однозначного збільшення або зменшення їх числових значень і рангування показників. При побудові інтегрального показника слід дотримуватись вимог, які впливають з його особливостей [2].

Основними методами побудови інтегральних показників є методи сум, добутків, середньої арифметичної, середньої геометричної, відстаней та ін. [3]. Для побудови інтегрального показника рівня фінансового потенціалу підприємства, попри всі недоліки, які притаманні всім методам, можна використати будь-який із цих. Однак, найдоцільнішим є застосування методу відстаней, що дає найточніші результати. Сутність та особливості побудови інтегрального показника за застосування методу відстаней описано у різних джерелах [3]. Водночас зауважимо, що метод відстаней має суттєвий недолік. Оскільки при формуванні показників підприємства-еталона обираються або їх максимальні, або їх мінімальні, або середні значення за кожним показником серед їх величин на досліджуваних підприємствах, не враховується напрям та особливості дії окремих показників. Як свідчать результати розрахованих нами показників, що входять до системи показників оцінювання рівня фінансового потенціалу підприємства, у динаміці (протягом кількох періодів) окремі показники можуть змінювати напрям дії (негативне значення показника, показник дорівнює нулю, позитивне значення показника, чи в будь-якому іншому порядку). Така зміна не завжди засвідчує, що цей показник погіршується (діє на кінцеві результати діяльності підприємства негативно). Цей недолік можна врахувати шляхом виконання певних аналітичних процедур.

Розрахунок інтегрального показника передбачає формування вихідної таблиці, знаходження еталонних значень, стандартизацію показників та обчислення інтегрального показника.

Першим етапом є побудова матриці спостережень, що формується за рахунок показників фінансового стану. На наступному етапі вихідну матрицю слід стандартизувати, використовуючи формули 1 та 2. Одночасно відбувається вирівнювання дисперсій (кожна дисперсія дорівнюватиме одиниці), а також значень ознак (усі середні арифметичні дорівнюють нулю):

$$Z_{ij} = \frac{X_{ij} - \bar{X}_i}{\sigma_i}, \quad (1)$$

де \bar{X} – середнє значення i -го показника;

Z_{ij} – стандартизоване значення i -го показника в j -му періоді;

$$\bar{x} = \frac{1}{n} \sum_{j=1}^n x_{ij}. \quad (2)$$

Середньоквадратичне відхилення i -го показника розраховуємо за формулою 3:

$$\sigma_i = \sqrt{\frac{\sum_{j=1}^n (x_{ij} - \bar{x}_i)^2}{n}}. \quad (3)$$

Оскільки показники мають різну розмірність, їх необхідно стандартизувати в однакові розмірності. Процес стандартизації є другим етапом і здійснюється за формулою 4:

$$Z_{ij} = \frac{X_{ij} - \bar{X}_i}{\sigma_i}, \quad (4)$$

де Z_{ij} – стандартизоване значення i -го показника в j -му періоді;
 \bar{X}_i – середнє арифметичне значення i -го показника;
 X_{ij} – значення i -го показника в j -му періоді;
 σ_i – середньоквадратичне відхилення i -го показника [4].

Третім етапом є формування стандартизованих елементів матриці спостереження. Після стандартизації матриці необхідно диференціювати ознаки матриці спостереження, тобто всі ознаки слід розподілити на стимулятори та дестимулятори. Стимуляторами є ознаки, що позитивно впливають на розвиток фінансового потенціалу підприємства. Дестимулятори, навпаки, гальмують розвиток фінансового потенціалу. Необхідність розподілу на стимулятори та дестимулятори є підставою для побудови вектора-еталона P_o .

Наступним етапом є побудова вектора-еталона P_o , елементи якого мають координати та формуються зі значень показників у такий спосіб, що $Z_i = \max Z_j$, якщо показник є стимулятором, і $Z_i = \min Z_j$, якщо показник є дестимулятором. Після визначення вектора-еталона потрібно знайти евклідову відстань. Евклідова відстань показує, на скільки показник різниться від еталона, тобто скільки значення не досягає до еталонного. Евклідову відстань розраховують за формулою 5:

$$C_{io} = \sqrt{\sum_{j=1}^m (z_{ij} - z_{oj})^2}. \quad (5)$$

Наступним етапом є розрахунок інтегрального показника за формулами (6–8):

$$d_i = 1 - \frac{C_{io}}{C_o}, \quad (6)$$

$$C_o = \bar{C}_o + 2S, \quad (7)$$

$$S_o = \sqrt{\frac{1}{w} \sum_{i=1}^w (C_{io} - \bar{C}_o)^2}. \quad (8)$$

Для зручності інтерпретації інтегрального показника він не повинен залежати ні від кількості відібраних вихідних показників, ні від рівня їх значень, ні від правил вибору еталонних значень показників. Тому найдоцільнішою є побудова показника, значення якого належатимуть діапазону від 0 до 1, причому вище значення показника має свідчити про кращу його якість (більшу відповідність ідеальному об'єкту) [6].

Найоб'єктивнішою характеристикою потенційних можливостей підприємства є сукупність найвищих досягнутих показників фінансово-господарської діяльності за час існування підприємства або за певний проміжок часу. Результати аналізу робіт науковців [3–7] щодо визначення системи показників оцінки фінансового потенціалу підприємства дають змогу окреслити групи показників та їх склад. Результатами аналізу та фінансові показниками, що мають бути використані для розрахунку інтегрального показника оцінки фінансового потенціалу, є показник відношення чистих активів до зареєстрованого капіталу, коефіцієнт оборотності активів, коефіцієнт оборотності основних засобів, коефіцієнт швидкої ліквідності, коефіцієнт поточної ліквідності, коефіцієнт Бівера, коефіцієнт рентабельності продаж, коефіцієнт чистої рентабельності реалізованої продукції.

У таблиці подано результати апробації запропонованого інтегрального підходу до оцінки фінансового потенціалу ДНВП «Об'єднання Комунар» за 2014–2016 рр. (табл. 1) [3; 4].

Таблиця 1

Розрахунок показника таксономії

Рік	S_o	\bar{C}_o	C_{io}	C_o	Інтегральний показник
2014	2,02	3,86	1,46	7,89	0,81
2015			3,72		0,53
2016			6,39		0,19

Для надання якісної оцінки рівня фінансового потенціалу підприємства скористаємося шкалою (табл. 2) [3; 4].

Таблиця 2

Градація рівня розвитку фінансового потенціал підприємства

Рівень розвитку	Значення інтегрального показника
Найвищий	1–0,80
Високий	0,79–0,60
Середній	0,59–0,40
Низький	0,39–0,20
Найнижчий	0,19–0,0001

Бачимо (табл. 2), що рівень фінансового потенціалу ДНВП «Об'єднання Комунар» у 2014 р. був найвищим, у 2015 р. характеризувався середнім значенням, а у 2016 р. відповідав найнижчому значенню. Різке зменшення рівня фінансового потенціалу є для підприємства негативною динамікою. Воно зумовлене різкою зміною його прибуткової діяльності у 2015 р. на збиткову у 2016 р.

Таким чином, застосування таксономічного методу для оцінки рівня фінансового потенціалу підприємства є доволі ефективним, оскільки дає змогу уникнути аналізу значної кількості окремих коефіцієнтів, виявити динаміку зміни показника та фактори впливу на нього. До того ж застосування цього методу дає право досліднику вибрати власний набір показників для аналізу згідно із поставленими цілями.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Алексеенко І. І.

Література: 1. Баканов М. И., Шеремет А. Д. Теория экономического анализа. М. : Финансы и статистика, 2001. 240 с. 2. Руцишин Н. М. Інтегральна оцінка ефективності функціонування торговельних підприємств та методи розрахунку інтегральних показників. *Науковий вісник Національного лісотехнічного університету України*. 2007. № 17. С. 176–180. 3. Хрущ Н. А. Інвестиційна діяльність: сучасні стратегії та технології. Хмельницький : ХНУ, 2004. 309 с. 4. Плюта В. Сравнительный анализ в экономических исследованиях: методы таксономии и факторного анализа / пер. В. М. Жуковой. М. : Статистика, 2008. 152 с. 5. Пустовгар С. А. Оцінка фінансового потенціалу відновлення платоспроможності підприємств металургійної галузі України. *Фінансово-кредитна діяльність: проблеми теорії та практики*. 2015. № 2. С. 87–96. 6. Маслак О. І. Особливості оцінювання фінансового потенціалу промислового підприємства. *Вісник КрНУ імені Михайла Остроградського*. 2012. № 6. С. 124–129. 7. Мілінчук О. В. Інтегральна оцінка фінансового потенціалу підприємств харчової промисловості Житомирського регіону. *Університетські наукові записки*. 2009. № 2. С. 368–373.

АНАЛІЗ ТЕОРЕТИЧНИХ ПІДХОДІВ ДО ВИЗНАЧЕННЯ СУТНОСТІ ПОНЯТТЯ «ІННОВАЦІЙНА СТРАТЕГІЯ»

УДК 658.8.21

Реуцька А. В.

Магістрант 2 року навчання
факультету менеджменту і маркетингу ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. Проаналізовано наукові погляди щодо визначення сутності поняття «інноваційна стратегія» вітчизняних та зарубіжних науковців. Виявлено спільне й відмінне у різних наукових трактуваннях цього поняття.

Ключові слова: підприємство, організація, інновація, стратегія, інноваційна стратегія, інноваційний розвиток.

Аннотация. Проанализированы научные взгляды относительно определения сущности понятия «инновационная стратегия» отечественных и зарубежных ученых. Выявлены общее и отличное в различных научных трактовках этого понятия.

Ключевые слова: предприятие, организация, инновация, стратегия, инновационная стратегия, инновационное развитие.

Annotation. Analyzed scientific views on the definition of the essence of the concept of «innovation strategy» by domestic and foreign scientists. The general and differences in different scientific interpretations of this concept are revealed.

Keywords: enterprise, organization, innovation, strategy, innovation strategy, innovative development.

На сучасному етапі розвитку економіки інновації стають головним засобом збереження конкурентоспроможності підприємства. Нововведення забезпечують максимально можливий прогресивний вплив на виробництво; інноваційна діяльність супроводжується інноваційним процесом.

У світовій економічній літературі немає єдиного визначення сутності поняття інноваційної стратегії, оскільки вона перебуває у постійному розвитку і доповнюються певними аспектами, які враховують особливості економічного розвитку країни. Подальше обґрунтування теоретичних основ інноваційної стратегії та інноваційного процесу підприємств на сьогодні набуває особливої актуальності.

Питання економічної сутності інноваційної діяльності підприємств досліджували науковці Каплан Р., Андерсон С., Джейкобс Ч., Маркідес К., Довгань Л., Дикань В., Краснокутська Н. та ін.

Метою написання статті є аналіз і подальший розвиток теоретичних підходів до визначення економічної сутності поняття «інноваційна стратегія».

На сучасному етапі розвитку економіки країни пріоритетним напрямком має стати активізація інноваційної діяльності. Якщо інвестиційний розвиток передбачає використання розроблених раніше передових технологій, інноваційний розвиток передбачає певний технологічний монополізм, упровадження останніх передових науково-технічних розробок. Як зазначає Краснокутська Н. В., життєвий цикл інновації триває доти, доки суб'єкти набувають конкурентних переваг [3]. Отже, інноваційний розвиток забезпечується за рахунок упровадження виключно нових науково-технічних розробок, які забезпечують лідерство у виробництві нових продуктів та організації бізнес-процесів.

Значно зростає роль інновацій у сучасній економіці і для окремого підприємства. Інновації визначають його конкурентоспроможність, продуктивність усіх його підсистем, перспективи розвитку, охоплюють увесь спектр видів його діяльності. Сам термін «інновація» активно використовується у різних аспектах, як у теорії та на практиці, як і самостійно [7].

Стратегія у сучасному розумінні (грец. strategos – мистецтво перемагати) є сукупністю всіх дій управлінського характеру, спрямованих на зміцнення позицій організації (підприємства, корпорації) і задоволення споживачів, які сприяють досягненню місії та цілей організації. Інноваційна стратегія має підвищувати або підтримувати конкурентний статус підприємства [9].

Сутність сучасного етапу розвитку як національної економіки в цілому, так і окремих підприємств відображає така категорія, як «інноваційний розвиток», що останнім часом досить широко висвітлюється у вітчизняній і зарубіжній літературі.

Отже, інноваційна стратегія підприємства має відображати зміст і основні напрямки процесу інноваційного розвитку підприємства.

У сучасній економічній літературі та нормативних документах існують різні підходи до визначення сутності поняття інноваційної стратегії (табл. 1) [1–7].

Таблиця 1

Визначення різними авторами сутності поняття інноваційної стратегії

Джерело	Визначення
Довгань Л. Є. [1]	Інноваційна стратегія – узгоджена сукупність управлінських рішень, що впливають на інноваційну діяльність підприємства і мають довгострокові наслідки
Дикань В. Л. [2]	Інноваційна стратегія – комплекс заходів щодо ефективного використання інноваційного потенціалу підприємства для забезпечення довгострокового розвитку
Каплан Р. [7]	Стратегічні інновації – структура розвитку бізнесу, орієнтована на майбутнє, що визначає проривне зростання, прискорює ділові рішення та має короткостроковий вплив у контексті тривалішого бачення задля отримання конкурентної переваги
Краснокутська Н. В. [3].	Інноваційна стратегія – один із засобів досягнення цілей організації, що відрізняється від інших своєю новизною, передусім для конкретної організації, галузі, ринку, споживачів, країни в цілому
Андерсон С., Маркідес К. [4]	Стратегічні інновації мають місце, якщо компанія виявляє прогалини в карті позиціонування галузі, йде за ними, і ці прогалини стають великими ринками
Джейкобс Ч., Маркідес К. [6]	Стратегічні інновації – «стратегія порушення правил» (Маркідес К.). Стратегічні новатори можуть спробувати переосмислити свій бізнес, або, керуючись рамками Абея, зокрема «хто, що і як», аспекти свого бізнесу
Gebauer H., Worch H., Truffer B. [5]	Стратегічні інновації є спрямованими на переосмислення бізнес-моделей, створення безперечного ринкового простору, зміни цін, вплив на клієнтів

На відміну від інших галузей, у аграрному секторі процес розробки інновацій відбувається повільніше. Через суттєву тривалість етапів розробки й апробації інновацій результати фундаментальних наукових досліджень у селекції сільськогосподарських культур дають максимальну віддачу через 15–20 років після початку їх фінансування, а в селекції порід тварин – через 20–30 і більше років. Проведення наукових досліджень потребує ґрунтовних знань, витрат часу та відповідної матеріально-технічної бази, тому здійснюється переважно у науково-дослідних установах. При цьому найпоширенішими інноваціями є нові сорти, гібриди рослин і породи тварин, штами мікроорганізмів, марки і модифікації сільськогосподарської техніки, технології, хімічні та біологічні препарати, економічні розробки тощо [1; 8].

Аналіз теоретичних підходів різних науковців дає підстави стверджувати, що основою розвитку економічної структури будь-якого рівня складності є саме інноваційна стратегія, що формує якісні та кількісні зміни в системі суспільного виробництва й створює суттєві наслідки, які визначають місцезнаходження національної економіки в світовому господарстві. Некоректний підхід до економічної сутності інноваційного процесу може певною мірою стримувати розвиток економіки.

Таким чином, у дослідженні проаналізовано наукові підходи різних авторів до визначення сутності поняття інноваційної стратегії. На підставі термінологічного аналізу встановлено, що при визначенні сутності поняття інноваційної стратегії слід ураховувати наукові розробки, що не сприяють виникненню інноваційного продукту.

Науковий керівник – д-р екон. наук, професор Мартиненко М. В.

Література: 1. Довгань Л. Є. Стратегия инновационного развития сельскохозяйственных предприятий. URL: <http://www.agrolink.ru/conf16/webpages/materials/reshenie>. 2. Дикань В. Л. Стратегічне управління : навч. посіб. Київ : Центр навч. літ., 2013. 272 с. 3. Краснокутська Н. В. Організаційно-економічні особливості інноваційної діяльності. *Економіка АПК*. 2009. № 8. С. 10–13. 4. Giovanni F. Anderson Feeding the World: An Economic History of Agriculture, 1800– 2000. Princeton : Princeton University Press, 2005. 388 p. 5. Tidd J., Bessant J., Pavitt K. Gebauer, Worch, Truffer. Managing innovation. Chichester : John Wiley Sons, LTD, 2001. 238 p. 6. Heracleous J. High technology trade and competiveness. U. S. Department of Commerce, 1985. 7. Каплан Р., Нортон Д. Организация, ориентированная на стратегию / пер. с англ. М. Павловой. М. : Олимп-Бизнес, 2004. 416 с. 8. Бухвостов Ю. В. Детерминирующее воздействие инвестиций на формирование экономики инновационного типа (на примере аграрного сектора) : дис. ... канд. экон. наук. М., 2009. 262 с. 9. Сумець О. М., Бондаренко М. І. Стратегічний менеджмент : навч. посіб. Київ : Хай-Тек Прес, 2010. 240 с.

ЗАСТОСУВАННЯ МАТРИЦІ БКГ У ПОРТФЕЛЬНОМУ АНАЛІЗІ НА ПРИКЛАДІ ПП «ЛІГА А»

УДК 658.8.21.3

Реуцька А. В.

Магістрант 2 року навчання
факультету менеджменту і маркетингу ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. Розглянуто теоретичні основи портфельного аналізу, зокрема матриці Бостонської консалтингової групи (БКГ), а також її практичне застосування. Конкретизовано переваги та недоліки застосування цього інструменту. Подано рекомендації для подальшого розвитку окремих асортиментних груп компанії.

Ключові слова: підприємство, організація, інновація, стратегія, стратегічний аналіз, портфельний аналіз, матриця Бостонської консалтингової групи (БКГ), збалансований портфель.

Аннотация. Рассмотрены теоретические основы портфельного анализа, в частности матрицы Бостонской консалтинговой группы (БКГ), а также ее практическое применение. Конкретизированы преимущества и недостатки применения этого инструмента. Приведены рекомендации для дальнейшего развития отдельных ассортиментных групп компании.

Ключевые слова: предприятие, организация, инновация, стратегия, стратегический анализ, портфельный анализ, матрица Бостонской консалтинговой группы (БКГ), сбалансированный портфель.

Annotation. The theoretical foundations of portfolio analysis, in particular, the matrix of the Boston Consulting Group (BCG), as well as its practical application are considered. The advantages and disadvantages of using this tool are specified. The recommendations for the further development of individual product groups of the company are given.

Keywords: enterprise, organization, innovation, strategy, strategic analysis, portfolio analysis, matrix of the Boston Consulting Group (BCG), balanced portfolio.

Для сучасного вітчизняного ринку праці характерною є надмірна пропозиція робочої сили аграрних спеціальностей на тлі нестачі робітничих кадрів. До того ж якість підготовки випускників як вищих, так і професійних навчальних закладів не відповідає потребам роботодавців у повній мірі. Ситуація, що склалася, є зумовленою відмінностями національної економіки від ринкових економік розвинених країн Заходу [1; 2].

Матрицю Бостонської консалтингової групи (БКГ) у адаптованому варіанті використовували для вивчення проблем, що є пов'язаними із ринком праці, у своїх дослідженнях науковці Багаутдінова А., Іванова С., Ісмаїлова Ф., Калюжна Н. та ін. Отже, потенціал використання матриці БКГ для аналізу факторів впливу на кадрову політику підприємства є досить значним. Однак, на сьогодні матрицю Бостонської консалтингової групи не адаптовано для дослідження ринку праці як джерела робочої сили для підприємства, чим і зумовлено актуальність цієї теми.

Метою написання статті є адаптація матриці Бостонської консалтингової групи для аналізу ринку праці як джерела робочої сили з урахуванням кризових явищ у економіці та на ринку аграрних послуг.

Матриця БКГ є інструментом, застосовуваним у процесі стратегічного аналізу положення на ринку товарів і компаній. Як дуже простий, але досить ефективний спосіб аналізу матриця надає можливості для виявлення не лише найвигідніших товарних позицій, а й найзбитковіших товарів з асортименту [7; 9].

Для проведення асортиментного портфельного аналізу найбільшого поширення набула матриця Бостонської консалтингової групи (БКГ), що є інструментом стратегічного портфельного аналізу положення на ринку товарів і підрозділів компанії, виходячи з їх ринкового зростання та їх відносної частки ринку [9].

Об'єктом дослідження обрано компанію ПП «ЛІГА А». Компанія займається вирощуванням і продажем сільськогосподарської продукції: соняшнику, кукурудзи, пшениці, ячменю, ріпаку, гречки, проса, соняшникової олії, м'яса, молока.

Підприємству потрібно визначити, які з товарів є прибутковими, а які вимагають великих витрат. Для визначення привабливості товарів і оцінки внеску кожного з них у загальні результати діяльності використовують матрицю БКГ. Графічно матриця БКГ містить два напрями і чотири квадранта, кожному з яких відповідає конкретна позиція підприємства щодо конкурентів [10].

У табл. 1 подано дані про темп зростання ринку і відносну частку ринку ПП «ЛІГА А» щодо його основного конкурента – ТОВ «Ричленд інвест». Темп зростання ринку розраховують як частку між виручкою за 2016 р. і

2015 р. Відносну частку ринку розраховують як частку між виручкою підприємства ПП «ЛІГА А» за 2016 р. і виручкою ТОВ «Ричленд інвест» за той самий рік. Використано дані щодо виручки з річних звітів компаній [9].

Таблиця 1

Вихідні дані підприємства ПП «ЛІГА А»

Група товарів	Випуск продукції, тис. грн		Обсяг продажів конкурента за 2016 р.	TЗР	ВЧР
	2015	2016		2016	2016
1	8524	13196	1,55	1,30	1,30
2	3249	3903	1,20	0,84	0,84
3	1 084	1320	1,22	0,66	0,66
4	4602	6284	1,37	1,01	1,01

В основі матриці БКГ лежить модель життєвого циклу товару, згідно з якою товар (бізнес-одиниця) проходить чотири стадії розвитку: упровадження на ринок (квадрант «Знаки запитання»), зростання (квадрант «Зірки»), зрілість (квадрант «Дійні корови») і спад (квадрант «Собаки»).

Для ПП «ЛІГА А» при побудові матриці БКГ проаналізовано такі асортиментні групи: соняшник і соняшникова олія, молоко, м'ясо, інші товари, до яких входять зернові культури, такі як кукурудза, пшениця, ячмінь, гречка, просо, а також ріпак (рис. 1) [9].

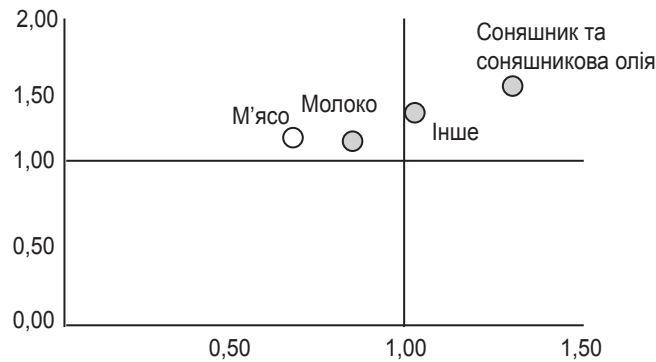


Рис. 1. Матриця БКГ для ПП «ЛІГА А»

Побудувавши матрицю БКГ, можна приймати рішення, які товари (асортиментні групи) доцільно зберігати і розвивати, а які краще ліквідувати. Молоко і м'ясо перебувають у квадранті «Знаки запитання». Для цієї групи товарів характерними є перспективність, високий темп зростання продажів, низька прибутковість у короткостроковому періоді, потреба в інвестуванні для подальшого розвитку.

Найдоцільнішою стратегією розвитку для цих напрямків є збільшення частки ринку за рахунок фінансування для переходу до квадранта «Зірки». Фінансування можна забезпечити за рахунок грошових коштів, отриманих від продажу соняшнику та соняшникової олії.

Соняшник і соняшникова олія перебувають у квадранті «Зірки». Для цієї групи товарів характерними є лідерство на зростаючому ринку, високий темп зростання продажів і високий рівень прибутку. Компанія має підтримувати і зміцнювати ці категорії товарів, забезпечувати їх додаткове інвестування. Оскільки вони є майбутнім стабільним джерелом грошових коштів компанії, на їх розвиток повинні бути виділені кращі ресурси компанії (персонал, грошові кошти).

Зауважимо, що в підприємства немає товарів, які потрапили до квадранта «Собаки», що є його істотною перевагою, оскільки собівартість виробництва таких товарів є вищою, ніж у конкурентів, а можливості для зростання обмежені. Підтримка таких товарів зазвичай супроводжується неефективним витрачанням фінансових ресурсів [9].

Отже, портфель товарів ПП «ЛІГА А» в цілому є збалансованим, оскільки він містить товари, що приносять фінансовий прибуток – «Зірки», і товари, що перебувають на стадіях упровадження або зростання, забезпечать майбутню стійкість і прибутковість підприємства – «Знаки запитання».

Таким чином, на прикладі ПП «ЛІГА А», яке займається вирощуванням і продажем сільськогосподарської продукції, у роботі продемонстровано, що матриця БКГ є зручним і корисним інструментом для визначення перспективних і прибуткових груп товарів. Однак, вона має свої недоліки і не може надавати універсальних рішень для всіх ситуацій. У матриці використовуються лише два фактори: темп зростання ринку і його відносна частка.

Саме відсутністю достовірної ринкової інформації зумовлено рідкість застосування матриці БКГ сучасними вітчизняними підприємствами. Однак, слід зазначити, що грамотне проведення портфельного аналізу, отже, і формування оптимального асортименту, допоможе не лише краще задовольнити потреби споживачів і підвищити конкурентоспроможність фірми, а й стабілізувати її прибуток на тривалий час.

Науковий керівник – д-р екон. наук, професор Мартиненко М. В.

Література: 1. Кузьмінська Л. Соціальне партнерство в управлінні професійно-технічною освітою: проблеми та перспективи інституціоналізації. *Молодь і ринок*. 2015. № 8. С. 62–65. 2. Фліссак Я. А. Про результати аудиту ефективності використання коштів державного бюджету на підготовку робітничих кадрів. Київ : Рахункова палата України, 2011. 40 с. 3. Саркин А. В., Багаутдинова Н. Г., Аверьянов Б. А. Стратегическое управление инновационно-ориентированным машиностроительным комплексом с учетом неопределенности внешней среды. М. : Экономика, 2011. 328 с. 4. Иванова С. В. Искусство подбора персонала. Как оценить человека за час. М. : Альпина Бизнес Букс, 2004. 160 с. 5. Исмаилова Ф. С. Анализ инструментов выбора управленческих решений руководителями российских компаний. *Психологический вестник Уральского государственного университета*. 2009. № 7. С. 31–48. 6. Калюжна Н. Г. Матрица дифференциации управлінського персоналу як орієнтир для визначення стратегічних працівників у системі управління підприємством. *Маркетинг і менеджмент інновацій*. 2012. № 4. С. 289–298. 7. Лапыгин Ю. Н. Стратегический менеджмент : учебное пособие. М. : Инфра-М, 2007. 236 с. 8. Маркова В. Д., Кузнецова С. А. Стратегический менеджмент : курс лекций. М. : Инфра-М, 2011. 288 с. 9. Томпсон А. А., Стрикленд А. Д. Стратегический менеджмент. Искусство разработки и реализации стратегии : учебник для вузов / пер. с англ. под ред. Л. Г. Зайцева, М. И. Соколовой. М. : Банки и биржи; Юнити, 1998. 576 с. 10. Орлов А. И. Менеджмент : учебник. М. : Изумруд, 2003. 298 с.

КЛАСИФІКАЦІЯ МЕТОДІВ МОТИВАЦІЇ ПЕРСОНАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

УДК 005.95:331.108.26

Рибчінська К. І.

Студент 3 курсу
факультету економіки і права ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. Розглянуто класифікацію методів мотивації персоналу. Проаналізовано особливості мотивації персоналу за основними групами потреб (матеріальні та нематеріальні), класичної та за джерелами виникнення. Деталізовано особливості застосування цих методів мотивації персоналу.

Ключові слова: підприємство, організація, право на працю, персонал, мотивація, методи мотивації, класифікація.

Аннотация. Рассмотрена классификация методов мотивации персонала. Проанализированы особенности мотивации персонала по основным группам потребностей (материальные и нематериальные), классической и по источникам возникновения. Детализированы особенности применения этих методов мотивации персонала.

Ключевые слова: предприятие, организация, право на труд, персонал, мотивация, методы мотивации, классификация.



Annotation. The classification of personnel motivation methods is considered. Analyzed the characteristics of staff motivation for the main groups of needs (tangible and intangible), classical and sources of origin. The details of the application of these methods of personnel motivation are detailed.

Keywords: enterprise, organization, right to work, personnel, motivation, methods of motivation, classification.

Реалізація інноваційної моделі розвитку потребує створення на державному рівні відповідних системних умов прогресивної мотивації та стимулювання трудової діяльності населення. Успіх підприємства залежить від якості роботи кожного окремого співробітника. Тому кожний керівник безпосередньо зацікавлений, щоб його співробітники працювали з найвищою продуктивністю праці. Отже, мотивація праці є необхідною умовою й об'єктивною потребою таких перетворень.

Мотивація праці належить до проблем, розв'язанню яких у світовій практиці завжди приділялася велика увага. За умов динамічних змін зовнішнього середовища в країнах із розвинутою ринковою економікою значну увагу приділяють застосуванню сучасних методів матеріального і нематеріального стимулювання для досягнення мети підприємства.

Аналіз сучасних економічних досліджень засвідчує посилення уваги науковців до питань мотивації праці, формування ефективної системи мотивації сучасного підприємства. У своїх наукових працях Мостенська Т., Новак В., Луцький М. та Міненко М. вказують на провідну роль мотивації творчої праці, яка має бути націлена на підвищення зацікавленості та задоволеності працею, зростання творчої активності, удосконалення професійно-кваліфікаційного рівня, генерування нових ідей [1]. Науковці Віханський О. та Наумов А. розглядають мотивацію як сукупність внутрішніх і зовнішніх рушійних сил, що спонукають людину до діяльності, задають форми діяльності та додають їй спрямованості, орієнтованої на досягнення певної мети [2]. Степов В., Одинцов В., Сергеев С. вважають, що оптимізація методів стимулювання персоналу відбувається на підставі оцінки особливостей трудової мотивації [3]. Отже, одним із головних питань менеджменту для будь-якого підприємства є мотивація якісної праці. Однак, питання класифікації методів мотивації персоналу залишаються дослідженими не вповні.

Метою написання статті є обґрунтування й аналіз методів мотивації персоналу та відображення їх впливу на результати діяльності підприємства.

Аналіз цієї проблеми доцільно розпочати з визначення сутності, ролі та значення мотивації в системі управління персоналом. Уперше вжив термін «мотивація» у своїй статті німецький філософ Шопенгауер А. Під цим поняттям він розумів процес, що стимулює і сприяє поведінкову активність на певному щаблі. Але на сьогодні цей термін вчені у різних галузях науки трактують по-різному.

На думку Занюка С. мотивація – це комплекс факторів, які визначають активність особистості [4].

Мотивація праці за сучасних ринкових умов є найсуттєвішим фактором, вміле використання якого може сприяти розв'язанню комплексу соціально-економічних проблем. Мотивація є сукупністю внутрішніх і зовнішніх рушійних сил, які спонукають людину до діяльності, визначають форми діяльності, надають цій діяльності спрямованості, визначають поведінку, орієнтовану на досягнення особистих цілей і цілей організації. Можна сказати, що мотивація є комплексом усіх мотивів, які впливають на поведінку людини.

Вважаємо, що мотивацією є процес стимулювання окремої людини чи групи людей до діяльності, спрямований на досягнення цілей організації. Мотивація необхідна для продуктивного виконання намічених робіт і прийнятих рішень.

Новітні теорії мотивації, що ґрунтуються на результатах психологічних досліджень, вважають надзвичайно різноманітними та складними причини, що підштовхують людину віддавати роботі всю насагу. Дехто з науковців переконаний, що робота людини визначається її потребами, інші стверджують, що функцією сприйняття й очікувань працівника є його поведінка. Методи мотивації персоналу можуть бути найрізноманітнішими, зазвичай вони залежать від системи стимулювання на підприємстві, загальної системи управління й особливостей діяльності самого підприємства. Усі основні методи мотивації персоналу можна розподілити на три ключові групи: 1) за основними групами потреб, 2) класичні методи, 3) за джерелами виникнення.

Матеріальне стимулювання праці на цьому етапі розвитку суспільства набуває все ширшого розповсюдження, репрезентує процес використання та формування систем матеріальних стимулів праці для заохочення працівників до плідної праці. Тим не менш нематеріальне стимулювання праці не залишається поза увагою і набуває різноманітних форм. На рис. 1 схематично подано різні групи мотивації персоналу за основними групами потреб [4; 5].

Перевагами матеріальної мотивації персоналу є ефективне мотивування працівників, адже грошові виплати – те, заради чого людина працює. Недоліками є бажання працівників постійного підвищення оплати праці. Перевагами нематеріальної мотивації є те, що вона сприяє згуртуванню колективу, оскільки передбачає застосування корпоративних заходів, що позитивно позначається на атмосфері в організації. Недоліками є те, що вона не враховує своєрідність і особисті якості кожного працівника.



Рис. 1. **Мотивація персоналу за основними групами потреб**

Розглянемо детальніше класичні методи мотивації персоналу (рис. 2). На практиці одночасно застосовують різні методи та їх комбінації, оскільки використання лише одного певного методу може спричинити зниження творчої активності персоналу та його лояльності. Методи мотивування є різноманітними і залежать від багатьох умов, серед них економічне становище країни, ціни, інфляція, рівень безробіття, кваліфікаційний рівень працівників, вік, соціально-психологічний клімат у колективі.

Розглядаючи мотивацію і стимулювання персоналу, Крушельницька О. теж виділяє три групи методів: адміністративні (метод батога), економічні (метод пряника) і соціально-психологічні. До останніх вона відносить особистий приклад, соціальний захист, установлення моральних санкцій і заохочень.

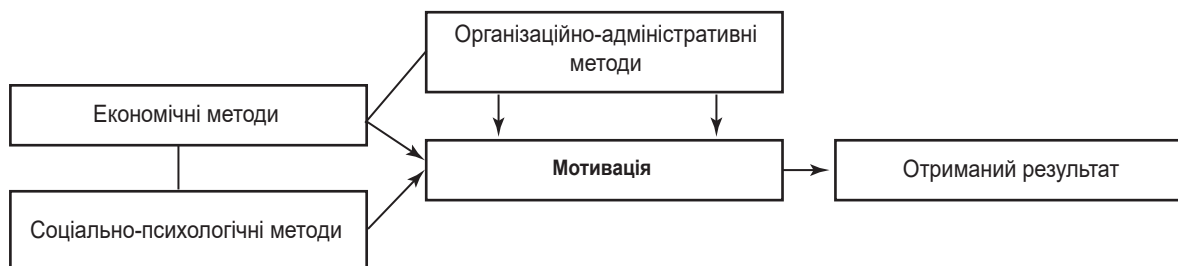


Рис. 2. **Класичні методи мотивації персоналу**

За джерелами виникнення мотивацію розподіляють на внутрішню та зовнішню (табл. 1) [2].

Таблиця 1

Мотивація персоналу за джерелами виникнення

Мотивація	Уникнення невдач	Досягнення успіху
Зовнішня	<ul style="list-style-type: none"> – бажання за рахунок підприємства відшкодувати витрати на навчання; – можливість подорожувати під час навчання 	<ul style="list-style-type: none"> – бажання отримувати високу заробітну плату; – бажання отримувати матеріальні винагороди; – прагнення до володіння майном; – підвищення статусу, престижність
Внутрішня	<ul style="list-style-type: none"> – використання можливостей для професійного розвитку; – прагнення до стабільної зайнятості; – можливості для кар'єрного просування 	<ul style="list-style-type: none"> – одержання привабливішої роботи; – розширення змістовності роботи; – покращення умов праці; – розширення соціальних контактів; – одержання високої посади; – самоствердження



Широку класифікацію методів мотивації пропонує Сладкевич В. Мотиваційні методи він класифікує за об'єктами мотивації, використовуваними стимулами, видами потреб, спрямованістю. Від характеру поведінки працівника, набору зовнішніх і внутрішніх факторів мотивації персоналу до розвитку на підприємстві суттєво залежить результативність його професійного розвитку, результативність діяльності, тому необхідно надавати увагу управлінню трудовим менталітетом.

Отже, у практиці управління, як правило, одночасно застосовують різні методи та їх комбінації. Для ефективного управління мотивацією слід використовувати в управлінні підприємством всі методи.

Таким чином, менеджеру важливо виявляти найбільш значущі потреби співробітників, щоб вибрати найефективніші методи мотивації. Зауважимо, що рушійним мотивом далеко не завжди є матеріальне заохочення. Роботодавець зможе утримати своїх підлеглих у компанії, якщо створити для них такі умови роботи, у яких вони будуть, активно працюючи, намагатися робити свою роботу ще ефективніше і продуктивніше, робити більше, ніж їм доручено. Перспективами подальших досліджень у цьому напрямі має стати визначення резервів підвищення продуктивності праці персоналу підприємств промисловості.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Дубівська С. С.

Література: 1. Мостенська Т. Л., Новак В. О., Луцький М. Г., Міненко М. А. Менеджмент : підручник. Київ : Сузір'я, 2007. 690 с. 2. Виханський О. С., Наумов А. И. Менеджмент : учебник. М. : Гардарики, 2002. 528 с. 3. Степов В. В., Одинцов В. А., Сергеев С. С. Оптимізація методів стимулювання персоналу на основі оцінки особливостей трудової мотивації. *Управління персоналом*. 2005. № 4. С. 51–58. 4. Занюк С. Психологія мотивації : навч. посіб. Київ : Либідь, 2002. 304 с. 5. Абчук А. В. Менеджмент : учебник. СПб. : Союз, 2002. 464 с. 6. Зеленько Г. І., Ганжурова Л. Ю. Мотивація як чинник підвищення ефективності праці персоналу підприємства. *Економічні науки*. 2012. № 5. С. 65–72.



СОЦІАЛЬНИЙ АУДИТ ЯК МЕТОД ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ПЕРСОНАЛУ

УДК 316.354:657.6

Руденко В. О.

Студент 3 курсу
факультету економіки і права ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. Розглянуто сутність поняття «соціальний аудит», досліджено основні етапи його проведення. Проаналізовано положення, які організація може реалізувати за умов застосування соціального аудиту персоналу. Конкретизовано основні об'єкти соціального аудиту персоналу. Визначено основну мету аудиту управління персоналом.

Ключові слова: підприємство, організація, право на працю, персонал, колектив, соціально-трудова відносина, аудит, аудит персоналу, соціальний аудит.

Аннотация. Рассмотрена сущность понятия «социальный аудит», исследованы основные этапы его проведения. Проанализированы положения, которые организация может реализовать в случае применения социального аудита персонала. Конкретизированы основные объекты социального аудита персонала. Определена основная цель аудита управления персоналом.

Ключевые слова: предприятие, организация, право на труд, персонал, коллектив, социально-трудовые отношения, аудит, аудит персонала, социальный аудит.

Annotation. The essence of the concept of «social audit» is considered, the main stages of its implementation are investigated. Analyzed the provisions that the organization can implement in the case of the use of social audit of staff. Concretized the main objects of social audit staff. The main purpose of the personnel management audit is defined.

Keywords: enterprise, organization, right to work, personnel, team, social and labor relations, audit, personnel audit, social audit.

Ефективна діяльність сучасного підприємства залежить від стану соціально-трудових відносин у колективі, організації й оплати праці, умов праці, його кадрового потенціалу. Саме тому необхідним є аудит персоналу як засіб перевірки стану системи управління персоналом, виявлення помилок і визначення резервів ефективного використання персоналу підприємства [8].

Необхідність аудиту персоналу є зумовленою високою плінністю кадрів, значними втратами робочого часу, необхідністю проведення атестації персоналу та запровадження нових посадових інструкцій, реорганізації підприємства. Основними об'єктами соціального аудиту персоналу є система управління персоналом і кадрова політика підприємства, його організаційна структура та кадровий потенціал [3].

У сучасній ринковій економіці нормальне функціонування підприємств неможливе без розвиненої системи соціального партнерства, оскільки саме людський фактор (соціально-трудові відносини) забезпечує ефективність діяльності підприємства. Саме соціальний аудит є головним інструментом регулювання стану соціально-трудових відносин.

Дослідженням питання соціального аудиту й аудиту персоналу займалися науковці та публіцисти з різних країн. Так, Ємелін В. Н. та Скворцова Ю. Н. визначають соціальний аудит як метод підвищення ефективності діяльності підприємства [1]. Кузнецова В. Н. розглядає соціальний аудит як метод діагностики соціальної безпеки персоналу [2]. Додамо, що Лебединська О. С. досліджувала проблеми планування аудиту персоналу [3], а Писаревська Г. І. конкретизувала систему формування аудиту персоналу [8]. Але питання соціального аудиту як методу підвищення ефективності персоналу потребує детальнішого розгляду.

Метою написання статті є аналіз сутності поняття соціального аудиту та його впливу на ефективність діяльності персоналу підприємства.

Соціальний аудит – це контроль з боку суспільства за здійсненням функцій держави. На конкретному підприємстві трудовий колектив вимагає надання соціальних гарантій з боку підприємства, натомість воно зобов'язане досягти очікуваних трудових стандартів; посередниками тут зазвичай є профспілки підприємства. Приватний бізнес розвинених країн Заходу, зацікавлений у ефективності трудових відносин на підприємстві, став ініціатором розвитку й упровадження соціального аудиту на підприємствах [2].

Нормативно-правовим підґрунтям соціального аудиту вважають міжнародні угоди у сфері соціальних та економічних прав: Статут Організації Об'єднаних Націй (1945 р.), Загальну декларацію прав людини (1948 р.), Міжнародний пакт про економічні, соціальні та культурні права (1966 р.), Завершальний акт Засідання з безпеки та співробітництва в Європі (1975 р.) та ін. На формування й розвиток соціального аудиту вплинули такі основоположні акти: Європейська конвенція про захист прав та основних свобод (1950 р.) та Європейська соціальна хартія (1961 р.) [6].

Соціальний аудит є інструментом соціального партнерства, що сприяє встановленню соціального діалогу між соціальними партнерами на підставі достовірних результатів незалежного й прозорого аудиторського обстеження. Об'єктом соціального аудиту на підприємстві є соціально-трудові відносини в контексті розробки, прийняття і реалізації тристоронніх чи двосторонніх угод і колективних договорів [8].

Соціальний аудит підприємства може передбачати безліч сфер діяльності: аудит охорони праці, аудит оплати праці, екологічний аудит та ін. Для підприємства ефективність буде досягнута лише якщо будуть досліджені всі сфери діяльності підприємства щодо соціально-трудових відносин [8].

На сучасному етапі головною метою підприємства є мінімізація витрат і підставі цього максимізація прибутку. Проведення соціального аудиту допоможе керівництву підприємства знайти фактори впливу на збільшення витрат і допоможе знайти шляхи їх нейтралізації. Проведення соціального аудиту дає змогу керівництву:

- скоротити операційні витрати;
- заручитися підтримкою споживачів;
- поліпшити ділову репутацію компанії;
- знизити плінність кадрів;
- підвищити мотивацію персоналу;
- залучити інвесторів [7].



Результати проведення соціального аудиту дозволяють багатократно покрити витрати на проведення. Однак, чимало організацій не досить активно вдаються до соціального аудиту. Можливо, у цьому криється одна з причин недовіри іноземних інвесторів до вітчизняного бізнесу.

Аудит управління персоналом полягає в оцінці ефективності управління діяльністю персоналу як одного з найважливіших факторів, що забезпечує прибутковість організації. Аудит кадрового потенціалу є виявленням того, чи володіє організація людськими ресурсами, необхідними і достатніми для її функціонування та розвитку; чи здатний персонал працювати ефективно [5].

Усе частіше при виході на міжнародні ринки компанії стикаються з вимогами з боку іноземних ділових партнерів ведення бізнесу згідно із загальноприйнятими принципами соціальної відповідальності. Рішення цієї проблеми криється саме в нерозумінні необхідності соціального аудиту для підприємства [8].

Соціальний аудит слід проводити в п'ять етапів:

- збір інформації про стан соціально-трудових відносин на підприємстві задля оцінки реальних і потенційних загроз його соціальній стабільності, можливих ризиків загострення соціально-трудових відносин;
- оцінка ризиків персоналу;
- оцінка соціальної та правової захищеності персоналу;
- оцінка соціального клімату;
- розробка заходів, спрямованих на забезпечення соціальної безпеки персоналу, підвищення рівня захищеності персоналу задля формування соціальної політики організації [2].

Для успішного здійснення будь-якого процесу обов'язковою умовою є планування. Планування – це процес здійснення рішень аудиторської стратегії. Процес планування аудиту персоналу здійснюють на початковій стадії аудиту. Основною його метою є раціональна організація аудиту задля надання аудиторамі підприємствам ефективних послуг у встановлений термін. Це означає належне виконання аудиторамі своїх функціональних обов'язків на високому рівні професійних стандартів [4].

За використання соціального аудиту персоналу організація має можливість:

- оцінити погляди на менеджмент персоналу;
- визначити ефективність діяльності підлеглих;
- визначити внесок кадрової служби у досягнення цілей організації;
- запровадити заходи щодо підвищення відповідальності працівників кадрової служби за реалізацію кадрових рішень;
- оптимізувати витрати на здійснення кадрових заходів та утримання служби управління;
- здійснити прогресивні нововведення у галузі управління людськими ресурсами;
- оцінити загальний рівень функціонування системи управління персоналом;
- оцінити систему інформаційного забезпечення кадрової роботи організації;
- удосконалити внутрішні стандарти системи управління персоналом [6].

Таким чином, соціальний аудит персоналу є сучасним методом оцінки кадрової забезпеченості підприємства, відповідності кадрового потенціалу компанії її цілям і стратегії, першим етапом побудови ефективної кадрової політики, інструментом підвищення результативності менеджменту й розвитку персоналу. Регулярний багаторівневий поетапний соціальний аудит є запорукою стабільності й передумовою успішного розвитку організації. Багатьом організаціям доцільно засвоїти й застосовувати весь комплекс методів його проведення. Чітка організація роботи служби кадрового аудиту дає змогу уникнути багатьох помилок у процесі діяльності компанії.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Лебединська О. С.

Література: 1. Емелин В. Н., Скворцова Ю. Н. Социальный аудит как метод повышения эффективности деятельности предприятия. *Молодой ученый*. 2013. № 7. С. 161–163. 2. Кузнецова Н. В. Социальный аудит как метод диагностики социальной безопасности персонала. *Известия Иркутской государственной экономической академии*. 2011. № 6. С. 147–151. 3. Лебединська О. С. Сучасні проблеми планування аудиту персоналу на підприємстві. *Вісник НТУ «ХПІ»*. 2014. № 23. С. 100–105. 4. Кузьмін О. Є., Пирог О. В., Чернобай Л. І, Романишин С. Б. Соціальна відповідальність : навч. посіб. Львів : Видавництво Львівської політехніки, 2016. 328 с. 5. Маслова В. М. Управление персоналом : учебник и практикум для академического бакалавриата. М. : Юрайт, 2014. 492 с. 6. Мельник С. В., Матросов В. Д., Гаврицька М. К. Концепція формування національної моделі соціального аудиту. URL: http://lir.lg.ua/Konzer_paz_model.htm. 7. Мешков В. Р. Социальный аудит: российская практика. *Общество и экономика*. 2009. № 6. С. 97–114. 8. Писаревська Г. І. Формування системи аудиту персоналу на підприємстві.

Науковий вісник Херсонського державного університету. 2015. № 13. С. 153–157. 9. Гіжевський В. К., Головченко В. В., Ковальський В. С. Популярна юридична енциклопедія. Київ : Юрінком Інтер, 2003. 528 с.

ІНТЕГРАЛЬНИЙ АНАЛІЗ ФІНАНСОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

УДК 658.14/.17

Рудська К. О.

Студент 4 курсу
фінансового факультету ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. Розглянуто можливість застосування таксономічного аналізу для оцінки фінансового потенціалу ТОВ «Малинівський склозавод». Проведено оцінку показників, що характеризують фінансовий потенціал підприємства, проаналізовано їх динаміку. На підставі розрахунків таксономічного показника надано оцінку рівня фінансового потенціалу підприємства.

Ключові слова: підприємство, організація, фінанси, потенціал, фінансовий потенціал, таксономічний аналіз, коефіцієнт таксономії.

Аннотация. Рассмотрена возможность применения таксономического анализа для оценки финансового потенциала ООО «Малиновский стеклозавод». Проведена оценка показателей, характеризующих финансовый потенциал предприятия, проанализирована их динамика. На основании расчетов таксономического показателя дана оценка уровня финансового потенциала предприятия.

Ключевые слова: предприятие, организация, финансы, потенциал, финансовый потенциал, таксономический анализ, коэффициент таксономии.

Annotation. The possibility of using taxonomic analysis to assess the financial potential of Malinovsky Glass Factory LLC was considered. The evaluation of indicators characterizing the financial potential of the enterprise was carried out, their dynamics was analyzed. Based on the taxonomic indicator calculations, an assessment of the level of the financial potential of the enterprise is given.

Keywords: enterprise, organization, finance, potential, financial potential, taxonomic analysis, taxonomy coefficient.

За умов нестабільності й мінливості ринкового середовища країни кожне підприємство має адекватно оцінювати рівень своїх можливостей та раціонально розпоряджатися власними ресурсами. Забезпечення ефективної діяльності підприємства й підвищення його конкурентоспроможності є першочерговими задачами керівництва підприємства.

Фінансовий потенціал підприємства – це сукупність наявних і потенційних можливостей підприємства щодо мобілізації та нарощення їхнього обсягу і трансформації їх у інші фактори виробництва відповідно до потреби для досягнення стратегічних і тактичних цілей підприємства [3].

Оцінка фінансового потенціалу відіграє важливу роль у визначенні стратегічних напрямів розвитку підприємства. Однак, чимала кількість показників, використовуваних для оцінки фінансового потенціалу, децю ускладнює дослідження. Тому найкращим варіантом є використання багатомірного порівняльного аналізу, що об'єднує низку різних методів, призначених для виявлення закономірностей у статистичній сукупності. На сьогодні найбільш застосовуваними при проведенні порівняльного багатомірного аналізу є таксономічні методи.

Метою написання статті є оцінка фінансового потенціалу підприємства із застосуванням методу таксономічного аналізу, який дає змогу уникнути необхідності обробки значного обсягу багатовимірного статистичного матеріалу, що не дозволяє однозначно й комплексно оцінити рівень фінансового потенціалу.

Метод таксономії дає змогу інтегрувати значну кількість окремих коефіцієнтів і виявити динаміку їх зміни. Застосуванню таксономічного аналізу, запропонованого Плютою В. для оцінки й обґрунтування економічних явищ, присвячено праці Сабліної Н. В., Теличко В. А. та ін. [3].

Таксономічний показник рівня розвитку (коефіцієнт таксономії) є синтетичною величиною рівномірно діючих усіх ознак, що характеризують фінансовий потенціал підприємства. Він дозволяє впорядкувати ці показники, виявити зміни в їх динаміці та вузькі місця, які найбільше впливають на зміну таксономічного показника рівня фінансового потенціалу. На підставі праць вітчизняних авторів Маринич І., Краснокутської Н. та Мельника І. обрано показники, що дозволять розрахувати коефіцієнт таксономії для оцінки фінансового потенціалу підприємства (табл. 1) [2].

Таблиця 1

Перелік показників для визначення інтегрального показника фінансового потенціалу підприємства

Показник	Коефіцієнт фінансової залежності	Коефіцієнт маневреності власного капіталу	Коефіцієнт абсолютної ліквідності	Коефіцієнт забезпеченості власними оборотними засобами	Чистий дохід (виручка) від реалізації продукції, тис. грн	Чистий прибуток (збиток), тис. грн	Рентабельність власного капіталу, %
Маринич І.	X	X					
Краснокутська Н.			X	X			
Мельник І.					X	X	X
X	3,96	-2,19	0,11	-2,84	273953	-269068	-0,79
	-34,57	-27,59	0,03	-3,45	377510	-227481	-2,51
	-8,32	-7,23	0,09	-3,45	408060	-66594	-1,15

На підставі звітності ТОВ «Малинівський склосавод» за 2015–2017 рр. розраховано обрані для аналізу показники та сформовано матрицю спостережень (X) (табл. 2) [2].

Таблиця 2

Показники для аналізу фінансового потенціалу ТОВ «Малинівський склосавод»

Роки	Показники						
	Кфін.зал	Кман.кап.	Кабс.лікв.	Кзаб.вок	Валова виручка	Чистий прибуток	Рентабельність ВК
	≤ 2	> 0	0,2–0,35	≥ 0,5	> 0	> 0	> 0
2015	3,96	-2,19	0,11	-2,84	273953	-269068	-0,79
2016	-34,57	-27,59	0,03	-3,45	377510	-227481	-2,51
2017	-8,32	-7,23	0,09	-3,45	408060	-66594	-1,15

Елементи матриць спостережень мають різні одиниці вимірювання. Для вирівнювання значень ознак проводять процедуру стандартизації, у цьому випадку стандартизація проводилась за формулою:

$$XS_{ij} = \frac{X_{ij} - \bar{X}_i}{S_i}, \quad (1)$$

- де XS_{ij} – стандартизоване значення i -го показника j -ї групи показників;
 X_{ij} – вихідне значення i -го показника j -ї групи показників;
 \bar{X}_i – середнє значення i -го показника;
 S_i – середньоквадратичне відхилення i -го показника.

Наступним кроком при визначенні показника таксономії після стандартизації даних є диференціація ознак матриці спостережень, при цьому всі складові розподіляють на стимулятори та дестимулятори. Підставою для

такого розподілу ознак на групи є характер впливу кожного з них на рівень розвитку досліджуваних об'єктів. Ознаки, що позитивно впливають на загальний рівень розвитку досліджуваного об'єкта, є стимуляторами. Ознаки, що негативно впливають на розвиток об'єкта дослідження, є дестимуляторами. Стандартизовані дані та розподіл досліджуваних показників на стимулятори та дестимулятори подано в табл. 3 [3].

Таблиця 3

Матриця стандартизованих показників, їх розподіл на стимулятори та дестимулятори

Показник	Середній X_i	S_i	$X_{S_{ij}}$			Стимулятор (дестимулятор)
			2015	2016	2017	
1	2	3	4	5	6	7
Коефіцієнт фінансової залежності	-12,98	19,68	0,86	-1,10	0,24	-1,10 (Д)
Коефіцієнт маневреності власного капіталу	-12,34	13,45	0,75	-1,13	0,38	0,75 (С)
Коефіцієнт абсолютної ліквідності	0,08	0,04	0,80	-1,12	0,32	0,80 (С)
Коефіцієнт забезпеченості власними оборотними засобами	-3,25	0,35	1,15	-0,58	-0,58	1,15 (С)
Чистий дохід (виручка) від реалізації продукції, тис. грн	353174,33	70287,55	-1,13	0,35	0,78	0,35 (С)
Чистий прибуток (збиток), тис. грн	-187714,33	106934,42	-0,76	-0,37	1,13	-0,37 (С)
Рентабельність власного капіталу	-0,79	-2,51	-1,15	1,49	0,91	0,77 (С)

Бачимо (табл. 3), що всі показники, крім коефіцієнта фінансової залежності, належать до стимуляторів, тобто їх тенденцією до збільшення зумовлено позитивний вплив на ефективність функціонування підприємства. Коефіцієнт фінансової залежності є дестимулятором, цей показник уповільнює розвиток підприємства.

Зіставлення значень показників з еталонними для визначення відхилень фактичного результату від можливо відбувається за однією з метрик – евклідовою відстанню – за формулою:

$$d_{0j} = \left[\sum_{j=1}^n (X_{S_{ij}} - X_{S_{i0}})^2 \right]^{1/2}, \quad (2)$$

де $X_{S_{ij}}$ – вихідне значення i -го показника j -ї групи показників;
 $X_{S_{i0}}$ – еталонне значення i -го показника.

Безпосереднє визначення інтегральних показників використання ресурсів (IR) здійснюють за формулою:

$$IR = 1 - d_{0j} / d_0. \quad (3)$$

$$d_0 = \bar{d}_0 + 2S_0. \quad (4)$$

$$\bar{d}_0 = 1/n \sum_{j=1}^n d_{0j}. \quad (5)$$

$$S_0 = \left[\sum_{j=1}^n (d_{0j} - \bar{d}_0)^2 \right]^{1/2}. \quad (6)$$

Після розрахунку всіх необхідних значень подамо результати у табл. 4 [3].

Таблиця 4

Результати розрахунку таксономічного показника

Показник	2015	2016	2017
1	2	3	4
1. dj			
1.1. Коефіцієнт фінансової залежності	3,83	0,00	1,78
1.2. Коефіцієнт маневреності власного капіталу	0,00	3,57	2,18
1.3. Коефіцієнт абсолютної ліквідності	0,00	3,69	2,01
1.4. Коефіцієнт забезпеченості власними оборотними засобами	0,00	3,00	0,27
1.5. Чистий дохід (виручка) від реалізації продукції	2,17	0,00	3,53
1.6. Чистий прибуток (збиток)	0,15	0,00	4,97
1.7. Рентабельність власного капіталу	0,00	3,60	0,16

Закінчення табл. 4

1	2	3	4
2. d0j	2,48	3,72	3,86
3. $\bar{d}0$		3,35	
4. S0		0,62	
5. d0		4,59	
6. IR – коефіцієнт таксономії	0,46	0,19	0,16

Таксономічний показник дає змогу схарактеризувати рівень розвитку окремих сторін діяльності підприємства. Значення таксономічного показника варіюється від 0 до 1. Чим вищим є значення показника, тим вищим є рівень розвитку. При аналізі таксономічного показника доцільно застосовувати таку градацію рівня розвитку підприємства: критичний рівень – від 0 до 0,19; низький – від 0,2 до 0,39; середній – від 0,4 до 0,59; достатній – від 0,6 до 0,79; високий рівень – від 0,8 до 1,0.

Для більшої наочності подамо розрахункові значення таксономічного показника графічно та прослідкуємо динаміку його змін (рис. 1) [3].

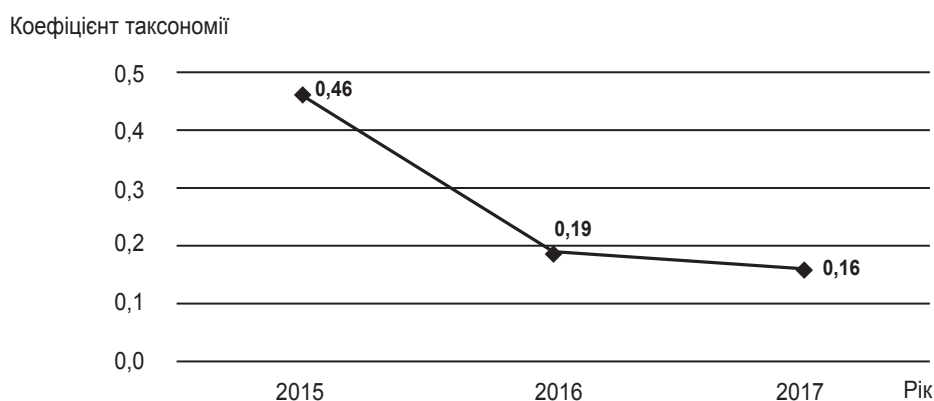


Рис. 1. Динаміка зміни коефіцієнта таксономії ТОВ «Малинівський склозавод», 2015–2017 рр.

Бачимо (рис. 1), що значення коефіцієнта таксономії ТОВ «Малинівський склозавод» протягом аналізованого періоду падає. У 2015 р. показник досяг свого максимального значення і дорівнював 0,46, це засвідчує, що фінансовий потенціал підприємства мав на той час середній рівень. Починаючи з 2016 р. фінансовий потенціал ТОВ «Малинівський склозавод» різко знижується, значення коефіцієнта таксономії скоротилося майже в 2,5 разів і становило 0,19. На погіршення фінансового потенціалу підприємства вплинуло передусім зменшення таких показників, як рентабельність власного капіталу, коефіцієнт абсолютної ліквідності, коефіцієнт забезпеченості власними оборотними засобами та коефіцієнт маневреності власного капіталу. Таке стрімке падіння показників пояснюється тим, що протягом аналізованого періоду підприємство не отримувало прибутку, тобто його діяльність була збитковою. Наслідком збиткового фінансового результату стало скорочення власного капіталу, точніше, він мав від'ємне значення. Так, у 2015 р. власний капітал становив 204 340 тис. грн, а вже у 2016 р. та 2017 рр. він дорівнював –23 141 тис. грн. та –90 916 тис. грн відповідно.

Таким чином, проведена оцінка фінансового потенціалу ТОВ «Малинівський склозавод» за застосування таксономічного аналізу дає підстави дійти певних висновків. Виявлено негативну тенденцію зміни рівня таксономічного показника за 2015–2017 рр., підприємство за ці три роки змінило розвиток свого фінансового потенціалу з середнього до критичного рівня. Це засвідчує, що підприємство неефективно реалізовує обрану стратегію щодо покращення власного фінансового потенціалу. Тому пріоритетним завданням для цього підприємства є вибір ефективної стратегії розвитку підприємства та розробка заходів для максимально ефективного використання наявного фінансового потенціалу.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Полтніна О. П.

Література: 1. Костевич О. Д. Фінансовий потенціал як фактор сталого розвитку. *Вісник Чернігівського технологічного університету*. 2010. № 43. С. 54–59 с. 2. Плютю В. Сравнительный многомерный анализ в экономических исследованиях: методы таксономии и факторного анализа. М. : Статистика, 1980. 152 с. 3. Саблина Н. В., Телич-

ко В. А. Использование метода таксономии для анализа внутренних ресурсов предприятия. *Бизнес Информ.* 2009. № 3. С. 78–82.

АНАЛІЗ МОДЕЛЕЙ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ

УДК 519.86:005.95

Савісько Т. Е.

Студент 3 курсу
факультету консалтингу і міжнародного бізнесу ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. Розглянуто сутність поняття, а також значення застосування моделей управління персоналом. Конкретизовано основні фактори, що впливають на вибір моделі управління. Проаналізовано основні моделі, використовувані управліннями в процесі господарської діяльності.

Ключові слова: підприємство, організація, право на працю, персонал, трудові ресурси, кадровий потенціал, моделі управління персоналом.

Аннотация. Рассмотрены сущность понятия, а также значение применения моделей управлением персоналом. Конкретизированы основные факторы, влияющие на выбор модели управления. Проанализированы основные модели, используемые управленцами в процессе хозяйственной деятельности.

Ключевые слова: предприятие, организация, право на труд, персонал, трудовые ресурсы, кадровый потенциал, модели управления персоналом.

Annotation. The essence of the concept, as well as the importance of the use of models of personnel management. The main factors affecting the choice of management model are specified. Analyzed the main models used by managers in the process of economic activity.

Keywords: enterprise, organization, right to work, personnel, labor resources, personnel potential, models of personnel management.

Актуальність обраної теми є зумовленою потребою в раціональному управлінні людськими ресурсами. Трудові кадри підприємства є основою бізнесу, і чим чіткіше визначено пріоритети та цілі, тим ефективнішими є результати діяльності. Вибір правильного підходу до управління персоналом лягає на плечі менеджера, який або обирає конкретну модель, або комбінує їх.

Метою написання статті є аналіз основних підходів до управління персоналом та їх значення в процесі виробництва, ознайомлення з основними відмінностями управлінських моделей, а також огляд практики управління персоналом в країнах Європейського Союзу, США та Японії з урахуванням менталітету, культури та інших факторів.

За останні десятиріччя у зв'язку з активним розвитком економіки та переходом на якісно новий рівень зростає кількість науковців, які приділяють увагу питанням управління персоналом. Ці теми досліджують Маслова В. М., Меліхов Ю. Е., Хмура П. В., Бабосов Є. М., Бухалков М. І., Меліхов Ю. Е., Перегудова С. А., Нікіфорова А. Н. та ін.

Персонал компанії – це не окремі робітники, а передусім колектив, члени якого мають на меті вирішення поставлених перед ними задач. Місія управління полягає в інформаційному забезпеченні та поєднанні організаційної і професійної частин кадрового потенціалу. Менеджер має організувати підлеглих не лише індивідуально, але і під впливом соціальних факторів, тобто як єдиний колектив, у основі формування якого – єдність та спільні цілі.

Аналіз наукової літератури дає підстави стверджувати, що погляди різних спеціалістів на ефективну та дієву модель управління персоналом суттєво різняться [1–5]. Так, деякі науковці вважають, що існує тісний зв'язок інтеграції політики управління персоналом зі стратегією бізнесу, що співробітники організації є засобом досягнення цілей, яким необхідно правильно управляти і без будь-якого співчуття використовувати для отримання матеріальних благ [1]. У роботах інших дослідників йдеться про те, що реальність часто потребує впровадження жорстких заходів, а інтереси організації вищі за інтереси особистості. Тому автор рекомендує роботодавцям установлювати жорсткі критерії прийому на роботу, щоб потенційний робітник міг впоратися з нелегкими умовами праці [2]. Дехто з науковців підкреслює, що методи управління персоналом слід варіювати залежно від обраних для реалізації рішень, стану ринку праці, соціальних норм і постулатів національної культури.

Основні функції менеджменту (планування, організація, реалізація, мотивація, координація, контроль) фактично є спрямованими на впорядкування та регулювання діяльності персоналу, підвищення ефективності використання людського потенціалу за застосування тих чи інших методів.

На вибір моделі управління персоналом впливають рівень гуманістичного розвитку суспільства, основоположні принципи організаційної культури та рівень розвитку технологічної бази підприємства. Розглянемо широко застосовувані та ефективні з точки зору науковців моделі управління персоналом [1–6].

Перша модель – американська, умовно її називають «жорсткою». Її сформовано на початку ХХ ст., в епоху розвитку великосерійного та масового виробництва. Їй притаманні індивідуалізм, практичність, прагматичність, тобто основні якості, що є необхідними для підприємницької діяльності за умов агресивної конкуренції. «Жорстка» модель передбачає використання чітких службових інструкцій, виконання щоденних детальних інструкцій керівника. Відомо, що переважна більшість сучасних американських організацій у своїй роботі керуються чіткими інструкціями, які прагнуть охопити практично всі особливості трудової діяльності. Дотримання «жорсткої» моделі управління має на меті виховати в працівниках відповідальність. Однак, така система організації праці фактично формує людину-шаблон, структурований стиль поведінки, не даючи розвиватися мисленню, творчості, ініціативі [4].

Друга модель – японська, «м'яка». Її сформовано в середині ХХ ст. Вона побудована на менталітеті нації, яку характеризують такі культурні особливості, як колективізм, заощадливість, практичність, пунктуальність, працелюбство. Модель має виховувати в співробітників ініціативність, заохочувати творчий підхід до роботи. Керівництво організації ставить завдання не конкретно, а шляхом опису в загальних рисах, визначає бажані результати, а вибір способу їх досягнення є ініціативою працівника. Співробітники організації при цьому перебувають у загальному інформаційному полі компанії і володіють значною кількістю даних щодо поставленої задачі та суміжних з нею галузей, що дозволяє їм у своїй трудовій діяльності самостійно приймати рішення в межах своєї компетенції, брати участь у оптимізації організації праці на підприємстві [5].

Третя модель – європейська, яка має суттєві відмінності від попередніх, розроблених у Країні висхідного сонця і США, що відрізняються досить жорстким підходом до питання управління персоналом. Практично всі європейські країни інтенсивно розвивали принципи менеджменту, що дозволяють надавати можливість будь-якому працівнику брати участь у процесі управління. До того ж європейська модель менеджменту розвивалася в напрямку розгляду людської поведінки при наданні впливу з боку колективної поведінки. Отже, у цій управлінській моделі досить давно передбачено статус людини соціальної. У цілому європейську модель менеджменту можна подати черговою: формування та визначення мети, збір інформації, прийняття рішень, реалізація, контроль. Мінусами європейської моделі є слабка мотиваційна база, практично повна відсутність стимулювання підвищення продуктивності, негнучка система оплати праці [6].

Таким чином, аналіз трьох моделей управління персоналом дає підстави стверджувати, що вони відіграють неабияку роль у становленні бізнесу. Оскільки основою господарської діяльності є передусім трудові ресурси, для запобігання хаосу управлінцю необхідно обрати певну стратегію ведення справи. Неоціненною рисою будь-якого керівника є вміння адаптуватися до різних умов, як позитивних, так і несприятливих. Найефективнішим є комбінування різних моделей залежно від ситуації та сфери діяльності організації.

Науковий керівник – д-р екон. наук, професор Піддубна Л. І.

Література: 1. Бабосов Е. М., Вайнилович Э. Г., Бабосова Е. С. Управление персоналом : учебное пособие для студентов вузов. Минск : ТетраСистемс, 2012. 288 с. 2. Бухалков М. И. Управление персоналом : учебник для вузов. М. : Инфра-М, 2012. 400 с. 3. Мелихов Ю. Е., Малуев П. А. Управление персоналом: портфель надежных технологий : учебное пособие. М. : Дашков и К°, 2010. 342 с. 4. Перегудова С. А., Агафонова М. С. Особенности американской модели управления. *Современные наукоёмкие технологии*. 2014. № 7. С. 134–141. 5. Никифорова А. Н., Агафонова М. С. Уникальность японской модели управления в менеджменте. *Современные наукоём-*

кие технологии. 2014. № 7. С. 130–132. 6. Хмура П. Европейская модель управления. URL: <http://docplayer.ru/42998608-Evropeyskaya-model-upravleniya.html>. 7. Маслова В. М. Управление персоналом : учебник. М. : Юрайт, 2014. 492 с.

ОРГАНІЗАЦІЯ Й ОПТИМІЗАЦІЯ ЛОГІСТИЧНИХ ПРОЦЕСІВ НА СКЛАДАХ ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВ

УДК 005.51

Самойленко Б. В.

Студент 4 курсу
факультету менеджменту і маркетингу ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. Розглянуто особливості організації логістичних процесів на складах вітчизняних підприємств. Досліджено методи оптимізації складських операцій, виконуваних під час логістичного процесу на складах. Деталізовано принципи побудови логістичної системи на складі.

Ключові слова: підприємство, організація, транспорт, продукція, логістика, логістичний процес, транспортно-складська діяльність.

Аннотация. Рассмотрены особенности организации логистических процессов на складах отечественных предприятий. Исследованы методы оптимизации складских операций, выполняемых во время логистического процесса на складах. Детализированы принципы построения логистической системы на складе.

Ключевые слова: предприятие, организация, транспорт, продукция, логистика, логистический процесс, транспортно-складская деятельность.

Annotation. The features of the organization of logistics processes in the warehouses of domestic enterprises are considered. Investigated methods for optimizing warehouse operations performed during the logistics process in warehouses. The principles of building a logistics system in stock are detailed.

Keywords: enterprise, organization, transport, products, logistics, logistic process, transport and warehouse activities.

Для сучасних вітчизняних підприємств гострим є питання про підвищення конкурентоспроможності їх продукції. Однією з головних умов злагодженого виробничого процесу на підприємстві є формування певних запасів матеріальних ресурсів, у зв'язку із чим зростає актуальність питання оптимізації логістичних процесів на складах. Найпроблемнішими питаннями у сфері складської діяльності на вітчизняних підприємствах є значна кількість ручних операцій, незадовільний рівень інформаційного забезпечення складів, низький рівень автоматизації складських робіт, а також неузгодженість складських логістичних процесів із виробництвом.

Метою написання статті є узагальнення особливостей організації логістичних процесів і виявлення методів оптимізації складських операцій на складах сучасних вітчизняних підприємств.

Дослідженням питань організації та оптимізації логістичних процесів у складській діяльності підприємства займалися науковці Біліченко В. В., Романюк С. О., Заборська Н. К., Жуковська Л. Е., Дудар Т. Г., Ткаченко Т. І., Гаджинський А. М., Василенко В. А., Тиранський І. П., Гірна О. Б., Довба М. О. та ін. Автори визначають зміст логістичних процесів і способи їх оптимізації, використовуючи різні підходи. Тому важливим є визначення особливостей організації та способів оптимізації логістичних процесів на складах сучасних вітчизняних підприємств.

Під логістичним процесом на складі розуміють упорядковану у часі послідовність логістичних операцій, що інтегрує функції прийому товарів, розміщення, формування замовлень і відвантаження. Логістичні процеси на складі відрізняються складністю та є пов'язаними зі значними витратами праці та коштів. Вони вимагають повної узгодженості всіх процесів на підприємстві, від постачання виробничих ресурсів до виконання замовлень споживачів [5].

Умовно логістичний процес на складах розподіляють на три складові.

1. Операції, що є спрямованими на забезпечення достатнього обсягу матеріальних запасів для виробництва: постачання запасів і контроль за поставками на склад.

2. Операції, що є пов'язаними з фактичним отриманням ресурсів та оформленням документації: розвантаження, внутрішньоскладське транспортування, складування, комплектація або комісіонування замовлень, транспортування та експедирування замовлень, збирання і доставка порожніх товароносіїв, інформаційне обслуговування складу.

3. Операції, що є спрямованими на безпосереднє задоволення потреб виробництва відповідно до замовлень споживачів: контроль за виконанням замовлень, інформаційне обслуговування складу, обслуговування клієнтів (надання послуг). Операції, що є складовими логістичного процесу, подано на рис. 1 [2].

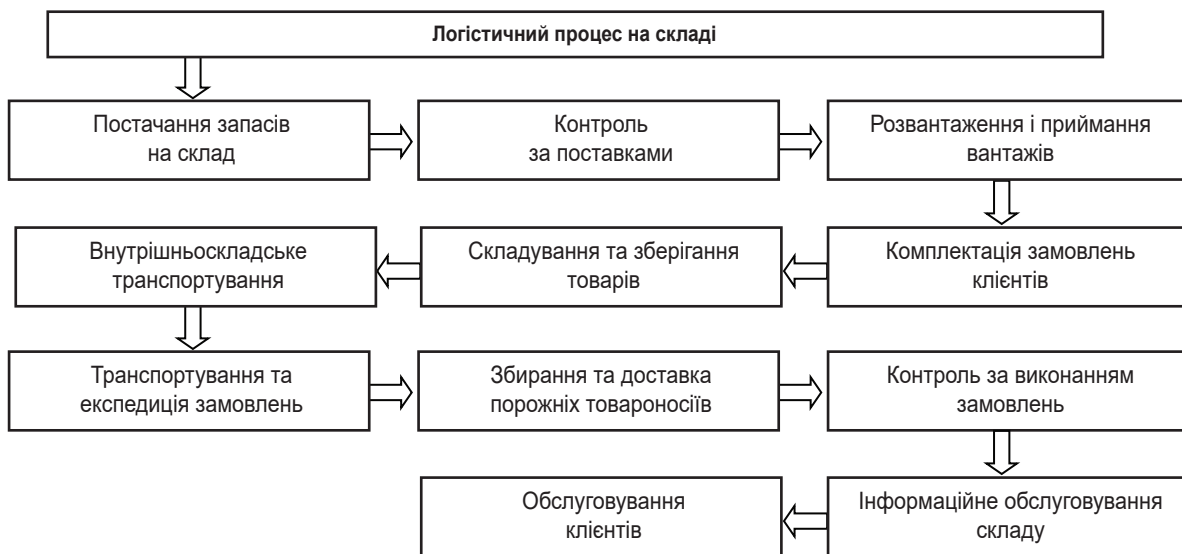


Рис. 1. Етапи логістичного процесу на складі

Логістичний процес на складі слід розглядати як цілісну систему, адже всі складські операції є пов'язаними між собою, що формує емерджентність всієї логістичної системи складу.

Розглянемо логістичні операції на складі та методи їх оптимізації. Сутність операцій постачання запасів продукції на склад і здійснення контролю за поставками полягає у підтримці обсягу запасів на необхідному рівні для задоволення запитів покупців. Кількість запасів має бути узгоджена зі складськими можливостями. Контроль за поставками продукції дозволяє раціонально й ефективно використовувати корисну площу складу, забезпечуючи тим самим симетричність переробки запасів за дотримання необхідних умов термінів зберігання, що забезпечує ритмічність роботи всієї логістичної системи на підприємстві в цілому.

На етапі розвантаження та приймання вантажів залежно від умов укладеного договору завдяки спеціальному оснащення здійснюється прийом вантажних одиниць на склад. Раціональне використання розвантажувального устаткування дозволяє здійснити цю операцію за короткий термін, зменшити втрати вантажу та загальні витрати [3].

Внутрішньоскладське транспортування полягає у переміщенні вантажу між різними складськими зонами із використанням різного підйомного устаткування. Маршрути руху обладнання мають бути наскрізними, що дозволить скоротити час перевезення вантажу. Потрібно також мінімізувати кількість перевалювань (передачі з одного виду устаткування на інший) вантажу.

Складування та зберігання товарів передбачає розміщення товарів на відповідних місцях на складі. Укладання товарів слід здійснювати у такий спосіб, щоби максимізувати використання висоти і площі зони зберігання. Для цього необхідно враховувати індивідуальні властивості вантажу.

Комплектація замовлень клієнтів полягає у підготовці товару до відправки згідно із замовленнями споживачів. Використання інформаційних та адресних систем на складі дає змогу значно скоротити час формування за-

мовлення, сприяє його надійному виконанню. Інформаційні системи допомагають обрати оптимальний маршрут перевезення вантажу, сформувати економічну партію відправки, тобто максимізувати ефективність використання транспортного засобу.

Транспортування та експедиція замовлень можуть виконуватися із використанням транспортних засобів замовника або складу. Найекономічнішим засобом транспортування є централізована доставка замовлень складом, адже завдяки налагодженій системі транспортування можна досягти значного скорочення витрат на транспортування [4].

Збирання та доставка порожніх товароносіїв є важливим елементом складського логістичного процесу, оскільки, як правило, товароносії є багаторазовим устаткуванням, що становлять значну частину у загальних витратах. Тому необхідно організувати ефективний обмін ними між складом і споживачами.

Контроль за виконанням замовлень та обслуговування клієнтів координуються з відділом продажів. Контроль за виконанням замовлень передбачає спостереження згідно з відповідним графіком за належним виконанням замовлень.

Обслуговування клієнтів передбачає надання клієнтам передпродажних, продажних і післяпродажних послуг. Здійсненням передпродажних послуг займається відділ продажів, наданням продажних і післяпродажних послуг займається склад (рис. 2) [3–6].

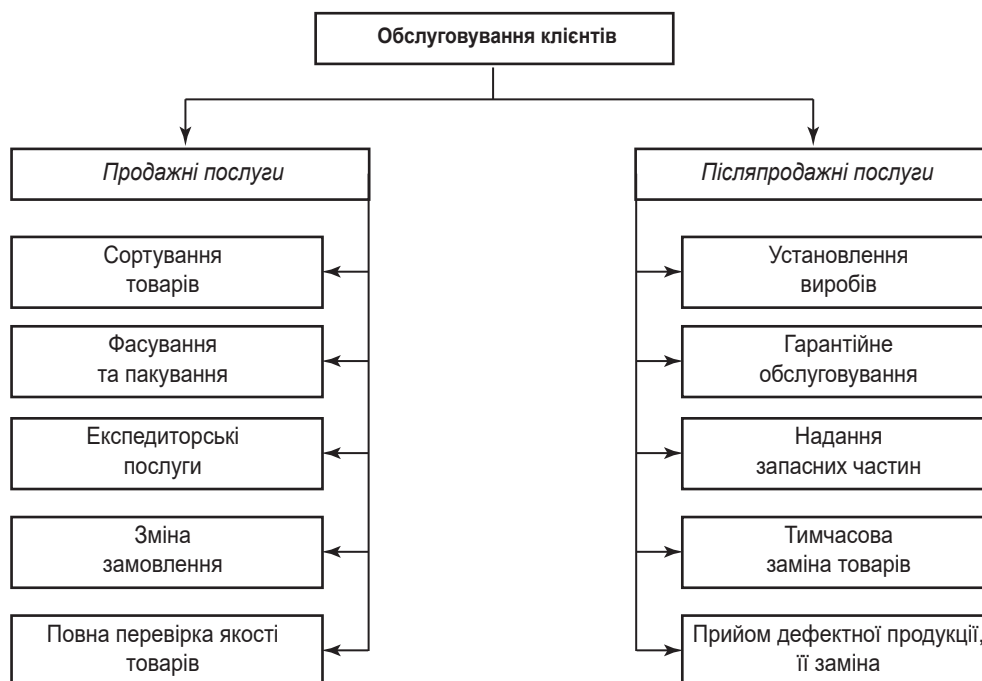


Рис. 2. Види послуг складського сервісу

Усі етапи логістичного процесу є тісно пов'язаними з інформаційним обслуговуванням. Інформація дає змогу забезпечити кожний етап логістичного процесу на складі потрібними даними для оптимального функціонування служб складу.

Ключовими факторами, що впливають на ефективність логістичного процесу, є якість складського сервісу і задоволення запитів споживачів, використання інвестицій, рівень логістичних витрат, тривалість логістичних циклів, продуктивність складських операцій.

Відповідно до цих показників ефективності логістичних процесів на складі можна сформулювати основні принципи, за якими має будуватися логістична система складу: ефективне використання складських потужностей, забезпечення високого рівня технічного оснащення складів, послідовність, раціональність і системний підхід [6].

Ефективність складських операцій є одним із головних факторів успіху будь-якого підприємства. Для оптимізації логістичного процесу на складі сучасним вітчизняним підприємствам слід звернути увагу на забезпечення низки важливих умов.

1. Зведення до мінімуму кількості ручних операцій, виконання яких, як правило, збільшує час виконання замовлень, спричиняє помилки. Для уникнення таких проблем слід автоматизувати логістичний процес на складі, що дасть змогу підвищити ефективність роботи складу.



2. Застосування інформаційних систем управління складом дасть змогу зменшити втрати часу на пересування товару як у межах складу, так і під час транспортування. Інформаційні системи дозволяють значно скоротити витрати на зберігання товару.

3. Дотримання принципу логічного впорядкування матеріальних ресурсів на складі. Товар на складі слід зберігати у такий спосіб, щоб працівники могли швидко знаходити потрібну товарну позицію.

4. Збирання оперативної інформації про процеси складування в режимі реального часу. Безперервний аналіз продуктивності складських процесів сприяє прийняттю обґрунтованіших рішень, підвищенню адаптивності підприємства.

5. Поступове впровадження нововведень. Упровадження певних нововведень у процеси функціонування складу може створити додаткові складнощі, що гарантовано сповільнить його роботу, заплутає співробітників, спричинить потребу у виконанні безлічі непотрібних задач. Тому впроваджувати нововведення на складі краще поступово, адаптуючи їх у внутрішньому середовищі підприємства та навчаючи працівників.

6. Узгодження логістичних процесів на складі з іншими процесами на підприємстві. Маючи наскрізну інформацію щодо всіх процесів на підприємстві та їх взаємоузгодженості з логістичними процесами на складі, можна усунути не лише чимало бар'єрів, а й максимізувати фінансові результати та створити нові конкурентні переваги.

7. Визначення ключових показників ефективності. Контролюючи результати функціонування складської системи, підприємство може своєчасно перешкоджати виникненню проблем, вносити певні зміни до процесу управління логістичними процесами, підвищувати ефективність своєї діяльності [6].

Таким чином, за рахунок цих способів оптимізації роботи складу підприємства мають можливість покращити свою складську діяльність та отримати вигоди в майбутньому. Аналіз сутності логістичних процесів на складі дає підстави стверджувати, що логістика посідає визначне місце у розвитку підприємства. Упровадження нових технологій, використання нових методів і власне оптимізація складських операцій мають стати пріоритетними напрямками діяльності сучасних вітчизняних підприємств.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Авраменко О. В.

Література: 1. Василенко В. А., Ткаченко Т. І. Виробничий (операційний) менеджмент : навч. посіб. Київ : Центр навч. літ., 2003. 532 с. 2. Дудар Т. Г., Волошин Р. В. Основи логістики : навч. посіб. Київ : Центр навч. літ., 2012. 202 с. 3. Біліченко В. В., Буренніков Ю. Ю., Романюк С. О. Основи логістики : навч. посіб. Вінниця : ВНТУ, 2012. 128 с. 4. Заборська Н. К., Жуковська Л. Е. Основи логістики : навч. посіб. Одеса: ОНАЗ ім. О. С. Попова, 2011. 216 с. 5. Гаджинский А. М. Логистика : учебник. М. : Дашков и К°, 2012. 484 с. 6. Тиранський І. П., Гірна О. Б., Довба М. О. Складське підприємство у сучасних умовах. Вісник Національного університету «Львівська політехніка». 2009. № 446. С. 95–96.



ФОРМУВАННЯ ПОЛІТИКИ УПРАВЛІННЯ ОБОРОТНИМ КАПІТАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА

УДК 658.153

Свідерська Д. С.

Студент 4 курсу
фінансового факультету ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. Обґрунтовано методологічні засади управління оборотним капіталом підприємства. Визначено стратегії фінансування оборотного капіталу. Проведено аналіз стану фінансування й формування оборотного капіталу підприємства на прикладі ТОВ «Малинівський склосадов».

Ключові слова: підприємство, організація, фінанси, капітал, структура капіталу, оборотний капітал, моделі фінансування, фінансова стійкість, дебіторська заборгованість.

Анотація. Обоснованы методологические основы управления оборотным капиталом предприятия. Определены стратегии финансирования оборотного капитала. Проведен анализ финансирования и формирования оборотного капитала предприятия на примере ООО «Малиновский стеклозавод».

Ключевые слова: предприятие, организация, финансы, капитал, структура капитала, оборотный капитал, модели финансирования, финансовая устойчивость, дебиторская задолженность.

Annotation. The methodological basis for managing the working capital of an enterprise has been substantiated. Defined working capital financing strategies. The analysis of financing and the formation of working capital of the enterprise on the example of LLC «Malinovsky glass factory».

Keywords: enterprise, organization, finance, capital, capital structure, working capital, financing models, financial stability, receivables.

Фінансова стійкість є однією з найважливіших характеристик фінансового стану підприємства. Вона пов'язана із рівнем залежності від кредиторів та інвесторів і характеризується співвідношенням власних і залучених коштів.

Дослідженням проблем розробки теоретичних і методичних засад фінансування оборотних активів підприємств займалися і займаються Бригем Ю., Хорн Д., Бланк І., Білик М., Терещенко О., Кірейцев Г., Борисов В., Коробов М. та ін. Однак, незважаючи на наявність глибоких і обґрунтованих досліджень щодо управління оборотними активами підприємств, недостатньо вирішеними залишаються питання визначення чіткого підходу до формування єдиної стратегії фінансування оборотних активів підприємств.

Метою написання статті є розробка ефективної методики аналізу системи управління відтворенням оборотного капіталу підприємства.

За сучасних умов для багатьох підприємств типовим наслідком кризових явищ економічного розвитку є гостра нестача оборотного капіталу, супроводжувана низьким рівнем його використання [3]. З урахуванням того, що існує пряма залежність між результатами діяльності підприємства та системою управління формуванням і використанням його оборотних коштів, саме їх оптимальність забезпечує підприємству достатній рівень платоспроможності. Вибір відповідних джерел фінансування оборотного капіталу визначає співвідношення між рівнем ефективності використання капіталу і рівнем ризику фінансової стійкості і платоспроможності підприємства. З урахуванням цих факторів будується політика управління оборотним капіталом [2].

Найбільш узагальнюючими абсолютними показниками фінансової стійкості є надлишок або нестача джерел коштів для формування запасів і витрат, тобто різниця між сумою джерел коштів і сумою запасів та витрат. Тип фінансової стійкості характеризує джерела фінансування поточних запасів і витрат підприємства.

Відповідно до показника забезпечення запасів і витрат власними та позиковими коштами виділяють такі типи фінансової стійкості підприємства:

- абсолютна фінансова стійкість: власні оборотні кошти забезпечують запаси й витрати;
- нормально стійкий фінансовий стан: запаси та витрати забезпечуються сумою власних оборотних коштів і довгостроковими позиковими джерелами;
- нестійкий фінансовий стан: запаси та витрати забезпечуються за рахунок власних оборотних коштів, довгострокових кредитів і позик;
- кризовий фінансовий стан: запаси та витрати не забезпечуються джерелами їх формування [5].

Для характеристики ступеня забезпеченості запасів і витрат визначимо наявність джерел їх формування, тобто наявність власних оборотних коштів для ТОВ «Малинівський склозавод» (табл. 1) [3].

Таблиця 1

Показники джерел формування запасів і витрат ТОВ «Малинівський склозавод»

Найменування показника	Значення за роками, тис. грн			Відхилення 2016/2015		Відхилення 2017/2016	
	2015	2016	2017				
1	2	3	4	5=р.3-р.2	6=р.5/ р.2*100	7=р.4-р.3	8=р.7/ р.3*100
Власні оборотні кошти	-448204	-638554	-657065	-190350	42,47	-18511	2,90
Наявність постійних і довгострокових пасивів для фінансування запасів	12839	60945	66774	48106	374,69	5829	9,56

Закінчення табл. 1

1	2	3	4	5	6	7	8
Загальна сума основних джерел фінансування запасів	58263	127652	139690	69389	119,10	12038	9,43
Надлишок (нестача) власних оборотних коштів	-512743	-735103	-754631	-222360	43,37	-19528	2,66
Надлишок (нестача) власних оборотних коштів і довгострокових зобов'язань	-51700	-35604	-30792	16096	-31,13	4812	-13,52
Надлишок (нестача) основних джерел фінансування запасів	-6276	31103	42124	37379	-595,59	11021	35,43

Дані (табл. 1) свідчать про недостатність обсягу власних оборотних коштів для забезпечення безперервної діяльності за рахунок постійних фінансових ресурсів. Обсяг постійних і довгострокових пасивів для фінансування запасів у 2016 р., навпаки, збільшився на 48 106 тис. грн, у 2017 р. – на 5 829 тис. грн за рахунок збільшення величини довгострокових зобов'язань. Загальна сума основних джерел фінансування запасів у 2016 р. зросла на 69389 тис. грн, у 2017 р. – на 12 038 тис. грн за рахунок довгострокових зобов'язань і короткострокових кредитів банків. У 2015 р. існувала нестача основних джерел фінансування запасів, підприємство мало кризовий фінансовий стан, було межі банкрутства, оскільки обсяг необоротних активів значно перевищував величину власного капіталу підприємства.

У 2016–2017 рр. за рахунок збільшення суми довгострокових зобов'язань і короткострокових кредитів банків на підприємстві існував надлишок основних джерел фінансування запасів. Однак, через те, що залишалася нестача власних оборотних коштів і довгострокових зобов'язань, підприємство перебувало у передкризовому стані, за якого порушується платоспроможність підприємства.

У теорії фінансового менеджменту заведено застосовувати різні стратегії фінансування поточних активів залежно від підходу менеджера до обрання відносної величини чистого оборотного капіталу (рис. 1) [2].

Ідеальна модель		Агресивна модель	
Актив	Пасив	Актив	Пасив
Поточні активи (ПА)	Кредиторська заборгованість (КЗ)	Варіативна частина поточних активів (ВЧ)	Кредиторська заборгованість (КЗ)
Необоротні активи (НА)	Довгостроковий позиковий капітал (ДПК)	Системна частина поточних активів (СЧ)	Довгостроковий позиковий капітал (ДПК)
	Власний капітал (ВК)	Необоротні активи (НА)	Власний капітал (ВК)
ДП = НА		ДП = НА + СЧ	

Консервативна модель		Компромісна модель	
Актив	Пасив	Актив	Пасив
Поточні активи (ПА)	Довгостроковий позиковий капітал (ДПК)	Варіативна частина поточних активів (ВЧ)	Кредиторська заборгованість (КЗ)
		Системна частина поточних активів (СЧ)	Довгостроковий позиковий капітал (ДПК)
Необоротні активи (НА)	Власний капітал (ВК)	Необоротні активи (НА)	Власний капітал (ВК)
ДП = НА + СЧ + ВЧ		ДП = НА + СЧ + 0,5ВЧ	

Рис. 1. Моделі фінансового управління оборотним капіталом

Для визначення моделі, за якою здійснюється фінансування оборотного капіталу, проведемо аналіз структури активів підприємства ТОВ «Малинівський склозавод» за 2017 р. (рис. 2) [3].

Актив		Пасив
Системна частина поточних активів (20,83 %)	Варіативна частина ПА (4,34 %)	Короткотермінові пасиви (16,35 %)
Необоротні активи (74,83 %)		Довготермінові пасиви (83,65 %)

Рис. 2. Модель фінансування капіталу ТОВ «Малинівський склозавод», 2017 р.

Бачимо (табл. 3), що у 2017 р. підприємство формувало свої активи переважно за застосування агресивного підходу. Ця ситуація є кризовою для підприємства, оскільки дуже ризикована з позиції ліквідності, а також створює проблеми щодо забезпечення поточної платоспроможності та фінансової стійкості підприємства [5].

Таким чином, за результатами проведеного дослідження можна сказати, що ТОВ «Малинівський склозавод» протягом 2015–2017 рр. перебувало у кризовому фінансовому стані. У цілому можна говорити про те, що ТОВ «Малинівський склозавод» функціонує неефективно, тому важливо своєчасно запровадити заходи для підвищення ефективності діяльності підприємства. Задля підвищення рівня фінансової стійкості ТОВ «Малинівський склозавод» доцільним є використання антикризової фінансової стратегії за кожним із напрямів: проведення поглибленого аналізу структури кредиторської заборгованості у динаміці задля пошуку способів і джерел її погашення, аналізу структури заборгованості за довгостроковими кредитами, аналізу структури дебіторської заборгованості, причин її виникнення і можливостей погашення, а також аналізу ефективності й доцільності довгострокових фінансових вкладень.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Полтініна О. П.

Література: 1. Ковалев В. В. Финансовый анализ. Управление капиталом. Выбор инвестиций. Анализ отчетности. М. : Финансы и статистика, 2000. 512 с. 2. Крамаренко Г. О., Чорна О. Є. Фінансовий менеджмент : підручник. Київ : Центр навч. літ., 2009. 520 с. 3. Рибачок Ю. З., Рендович П. М. Сучасні моделі управління оборотними коштами підприємства. *Вісник Тернопільського національного економічного університету*. 2016. № 9. С. 76–79. 4. Стоянов Е. А., Стоянова Е. С. Экспертная диагностика и аудит финансово-хозяйственного положения предприятия. М. : Перспектива, 2006. 98 с. 5. Філатова Н. М. Особливості управління оборотними коштами підприємства в сучасних умовах господарювання. *Вісник Вінницького політехнічного інституту*. 2012. № 4. С. 234–236.

ВИЗНАЧЕННЯ ФАКТОРІВ ВПЛИВУ НА ЕФЕКТИВНІСТЬ ВИКОРИСТАННЯ ФІНАНСОВИХ РЕСУРСІВ ПІДПРИЄМСТВА

УДК 005.336.1:658.14/.17

Селецька Д. М.

Студент 4 курсу
фінансового факультету ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. Розглянуто підходи до визначення ефективності використання власних фінансових ресурсів і рентабельності власного капіталу. Із застосуванням моделі DuPont проаналізовано фактори впливу на рентабельність власного капіталу підприємства. Запропоновано шляхи підвищення ефективності використання власного капіталу підприємства.

Ключові слова: підприємство, організація, фінанси, капітал, ресурси, фінансові ресурси, власний капітал, оборотний капітал, модель DuPont, рентабельність власного капіталу, оборотність активів, мультиплікатор власного капіталу.

Анотація. Рассмотрены подходы к определению эффективности использования собственных финансовых ресурсов и рентабельности собственного капитала. С применением модели DuPont проанализированы факторы, влияющие на рентабельность собственного капитала предприятия. Предложены пути повышения эффективности использования собственного капитала предприятия.

Ключевые слова: предприятие, организация, финансы, капитал, ресурсы, финансовые ресурсы, собственный капитал, оборотный капитал, модель DuPont, рентабельность собственного капитала, оборачиваемость активов, мультипликатор собственного капитала.

Annotation. The approaches to determining the efficiency of using own financial resources and return on equity are considered. Using the DuPont model, factors affecting the return on equity of an enterprise are analyzed. The ways of increasing the efficiency of using the company's own capital are proposed.

Keywords: enterprise, organization, finance, capital, resources, financial resources, equity, working capital, DuPont model, return on equity, asset turnover, multiplier of equity.

Оптимізація структури капіталу є одним із найважливіших і складних завдань, вирішуваних у процесі фінансового управління підприємством. Ефективність використання вкладень акціонерів і засновників виражається передусім у зростанні показника рентабельності власного капіталу. Однак, існує низка факторів, що впливають на його значення. Визначення цих факторів та їх залежності є актуальним за сучасних економічних умов.

Дослідженням основних факторів впливу на ефективність використання фінансових ресурсів займалися і займаються Бланк І. А., Буряковський В. В., Колчина Н. В., Лахтіонова Л. А., Філімоненков А. С. та ін. Однак, незважаючи на наявність численних теоретичних розробок, на сьогодні недостатньо вирішеними залишаються питання щодо оцінки факторів впливу на рентабельність власного капіталу підприємства.

Метою написання статті є оцінка впливу факторів на ефективність використання власних фінансових ресурсів підприємства із застосуванням факторної моделі DuPont на прикладі ТОВ «Біол».

Найточніше відображають рівень ефективності діяльності суб'єктів господарювання показники рентабельності. Рівень рентабельності може сприйматись як комплексний показник, що характеризує різні аспекти діяльності організації. Для визначення ефективності використання фінансових ресурсів підприємства доцільно проаналізувати рентабельність власного капіталу із застосуванням моделі факторного аналізу. Як показник вимірювання результативності пропонуємо обрати інтегральний показник рентабельності власного капіталу (ROE). Як методологічну основу дослідження ROE використаємо схему факторного аналізу, запропонованого фахівцями компанії DuPont (рис. 1) [6].

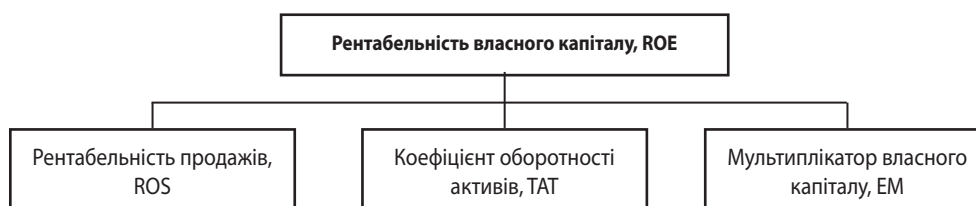


Рис. 1. Модель факторного аналізу рентабельності власного капіталу підприємства

Бачимо (рис. 1), що рентабельність власного капіталу залежить від трьох факторів: рентабельності продажів, коефіцієнта оборотності активів і мультиплікатора власного капіталу. Рентабельність продажів розраховують за формулою:

$$ROS = \frac{NP}{SAL}, \quad (1)$$

де ROS (return on sales) – рентабельність продажів;

NP – чистий прибуток;

SAL – чистий дохід від реалізації продукції [6].

Коефіцієнт оборотності активів розраховують за формулою:

$$TAT = \frac{SAL}{A}, \quad (2)$$

де TAT (total assets turnover) – коефіцієнт оборотності активів;
 SAL – чистий дохід від реалізації продукції;
 A – середньорічна вартість активів [6].

Мультиплікатор власного капіталу розраховують за формулою:

$$EM = \frac{ЗК}{ВК}, \quad (3)$$

де EM (equity multiplier) – мультиплікатор власного капіталу;
 $ЗК$ – середньорічна вартість залученого капіталу;
 $ВК$ – середньорічна вартість власного капіталу [6].

Рентабельність власного капіталу за трифакторною моделлю аналізу DuPont розраховують за формулою:

$$ROE = ROS \times TAT \times EM. \quad (4)$$

Побудована у такий спосіб факторна модель дає змогу виявити фактори, що визначають ефективність бізнесу, оцінити тенденції змін і ступінь впливу кожного з цих факторів, дати порівняльну оцінку ризиків і результатів інвестування у компанію.

Для оцінки факторів, що найсуттєвіше впливають на ефективність використання власного капіталу підприємства, доцільно проаналізувати динаміку складових моделі та результуючого показника – рентабельності власного капіталу. Розрахуємо складові факторної моделі аналізу DuPont і рентабельність власного капіталу для ТОВ «Біол» (табл. 1) [6; 7].

Таблиця 1

Розрахунок показників факторної моделі DuPont для аналізу рентабельності власного капіталу ТОВ «Біол», 2015–2017 рр.

Показники	Значення за роками			Відхилення	
	2015	2016	2017	2016	2017
Чистий дохід (виручка від реалізації), SAL, тис. грн	204206	260604	326054	56398	65450
Чистий прибуток, NP, тис. грн	39924	26610	34499	-13314	7889
Середньорічна вартість активів, A, тис. грн	103816,5	139645,5	176619,5	35829	36974
Середньорічна величина власного капіталу, E, тис. грн	95235	126422	156826,5	31187	30405
Середньорічні сукупні зобов'язання, D, тис. грн	8581,5	13223,5	19793	4642	6570
ROS	0,20	0,10	0,11	-0,09	0,01
TAT	1,97	1,87	1,85	-0,10	-0,02
EM	1,09	1,10	1,13	0,01	0,03
ROE	0,42	0,21	0,22	-0,21	0,01

Бачимо (табл. 1), що всі отримані значення показників мають тенденцію до зниження, що є негативним явищем. Однак, рентабельність власного капіталу має додатне значення, що характеризує ефективність використання власного капіталу, адже підприємство отримує із вкладеного капіталу фінансовий результат у вигляді чистого прибутку [4].

Скорочення рентабельності власного капіталу у 2016 р. спричинене зниженням удвічі рентабельності продажів і зниженням коефіцієнта оборотності активів. Слід проаналізувати причини такої ситуації, оскільки це прямо пропорційно відображується на результуючому показнику.

Зменшення показника рентабельності продажів (ROS) ТОВ «Біол» у досліджувані роки є спричиненим зростанням витрат на виробництво продукції, а також падінням попиту на неї, що засвідчує зниження конкурентоспроможності підприємства на ринку. Вважаємо за необхідне проаналізувати структуру витрат і виявити причини їх зростання. У структурі собівартості слід визначити найсуттєвіші статті та можливість їх скорочення без зниження темпів виробництва. Скорочення коефіцієнта оборотності активів (TAT) у 2016–2017 рр. свідчить про те, що дохід від реалізації продукції зменшився більшою мірою, ніж зросла середньорічна вартість активів підприємства [6; 7].

У 2017 р. спостерігалось зростання рентабельності власного капіталу, однак незначне. Головним фактором впливу на показник рентабельності є мультиплікатор власного капіталу, оскільки у цей період він зростає, що свідчить про збільшення обсягу залученого капіталу у загальній структурі фінансових ресурсів підприємства.

Динаміку рентабельності власного капіталу подано на рис. 2 [4; 7].

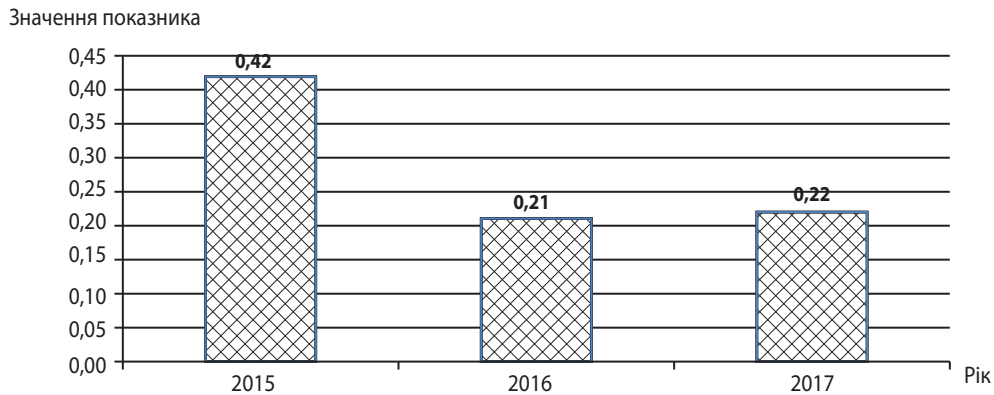


Рис. 2. Динаміка зміни рентабельності власного капіталу ТОВ «Біол», 2015–2017 рр.

Бачимо (рис. 2), що рентабельність власного капіталу у 2016 р. зменшилась удвічі – від 0,42 до 0,21, що спричинене зниженням таких факторів впливу, як рентабельність продажів та оборотність активів. У 2017 р. показник рентабельності незначно підвищився – на 0,01, що відбулося за рахунок збільшення мультиплікатора власного капіталу. Вважаємо, що для зростання рентабельності власного капіталу слід збільшувати обсяг позикових коштів, ураховуючи при цьому рівень фінансової стійкості підприємства. Також слід запровадити заходи щодо прискорення оборотності активів [1; 2].

Таким чином, рентабельність власного капіталу є найважливішим підсумковим показником, що фокусує увагу на результатах усіх напрямків діяльності підприємства. Використання факторної моделі компанії DuPont дає змогу визначати фактори, що спричиняють зростання або зниження ефективності використання власних коштів підприємства, а отже, сприяють підвищенню якості управлінських фінансових рішень, що є спрямованими на максимізацію рентабельності власного капіталу досліджуваного суб'єкта господарювання.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Берест М. М.

Література: **1.** Бланк И. А. Финансовый менеджмент : учебный курс. Киев : Эльга, Ника-Центр, 2004. 656 с. **2.** Буряковский В. В., Кармазин В. Я., Каламбет С. В. Финансы предприятий : учебное пособие / под ред. В. В. Буряковского. Днепропетровськ : Пороги, 1998. 246 с. **3.** Колчина Н. В., Поляк Г. М. Финансы предприятий. М. : Юнити-Дана, 2007. 368 с. **4.** Лахтіонова Л. А. Финансовый анализ субъектов господарювання : монографія. Київ : КНЕУ, 2014. 388 с. **5.** Филимоненков А. С. Финансы предприятий : учебное пособие. Киев : Ника Центр ; Эльга, 2012. 280 с. **6.** Характеристика многофакторной модели Дюпон. URL: <https://students-library.com/ua/library/read/721-harakteristika-mnogofaktornoj-modeli-dupon>. **7.** ТОВ «Біол» // Офіційний сайт ТОВ «Біол». URL: <https://biol.com.ua>.

СУТНІСТЬ ПОНЯТТЯ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ

УДК 338.242

Семенова А. О.

Магістрант 1 року навчання
факультету менеджменту і маркетингу ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. Розглянуто сутність поняття корпоративної соціальної відповідальності. Наведено результати дослідження, проведеного за сприяння ООН серед представників українського бізнесу. Узагальнено основні аргументи на користь і проти дотримання корпоративної соціальної відповідальності.

Ключові слова: економіка, суспільство, підприємство, організація, корпорація, соціальна відповідальність, корпоративна політика, корпоративна соціальна відповідальність, стейкхолдери.

Аннотация. Рассмотрена сущность понятия корпоративной социальной ответственности. Приведены результаты исследования, проведенного при содействии ООН среди представителей украинского бизнеса. Обобщены основные аргументы в пользу и против соблюдения корпоративной социальной ответственности.

Ключевые слова: экономика, общество, предприятие, организация, корпорация, социальная ответственность, корпоративная политика, корпоративная социальная ответственность, стейкхолдеры.

Annotation. The essence of the concept of corporate social responsibility is considered. The results of a study conducted with the assistance of the UN among representatives of Ukrainian business are given. The main arguments in favor of and against compliance with corporate social responsibility are summarized.

Keywords: economy, society, enterprise, organization, corporation, social responsibility, corporate policy, corporate social responsibility, stakeholders.

На сьогодні однією з найважливіших умов стабільності держави є гармонізація відносин бізнесу, влади й суспільства, досягти чого можна лише через створення системи взаємних зобов'язань. Для України важливим є створення умов для розвитку корпоративної соціальної відповідальності, що істотно впливає на всю ділову активність. Міжнародні нормативи корпоративної соціальної відповідальності є механізмом, за допомогою якого може бути досягнута ефективна взаємодія. За зростання ролі бізнесу у суспільстві й виходу його за межі лише прагнення до прибутку все більшого значення набувають ініціативи корпоративної соціальної відповідальності [5].

Дослідженням цієї проблеми займалися і займаються науковці Гранберг А. Г., Лепейко Т. І., Грузіна І. А., Бахтуріна Ю. І., Василик С. К., Курочкін А. С., Годнюк І. В., Смоленюк П. С. та ін.

Нині концепцію корпоративної соціальної відповідальності поширюють і прагнуть інтегрувати у свою ділову активність усі великі вітчизняні підприємства, банки, корпорації. Водночас вона істотно впливає також на малий і середній бізнес.

Метою написання статті є деталізація теоретичних аспектів поняття корпоративної соціальної відповідальності.

Усі існуючі на сьогодні підходи до розуміння сутності соціальної відповідальності бізнесу ґрунтуються на двох протилежних точках зору: або розглядають бізнес лише як засіб отримання прибутку шляхом добросовісної реалізації операційної функції та задоволення потреб суспільства у необхідних споживчих благах, або як розширення кола обов'язків бізнесу ще й зобов'язаннями етичного та філантропічного характеру [3].

Білецька Л. В. розглядає соціальну відповідальність як обов'язок особи оцінити власні наміри та здійснювати вибір поведінки відповідно до норм, що відображають інтереси суспільного розвитку, а у випадку порушення їх – зобов'язання звітувати перед суспільством і нести покарання.

Поняття корпоративної соціальної відповідальності виникло наприкінці ХХ ст., воно ще не цілком утверджене і формулюється по-різному, але незмінною залишається його сутність: бізнес має бути соціально орієнтованим щодо власних працівників, держави, суспільства, довкілля та споживачів продукції. Вищим рівнем корпоративної соціальної відповідальності є добродійність і меценатство, базовим – дотримання законів і сплата податків [2].

Вважаємо, що корпоративну соціальну відповідальність слід розглядати як раціональний відгук організації на систему суперечливих очікувань зацікавлених сторін (стейкхолдерів), що є спрямованим на стійкий розвиток компанії; це відповідальність тих, хто приймає бізнес-рішення, перед тими, на кого ці рішення націлені.

Трагування соціальної відповідальності як корпоративної є виправданим, оскільки:

- саме провідні організації засвідчили прихильність до соціально відповідальної поведінки та соціальної активності у найширшому її розумінні;
- саме підприємства є провідною і найскладнішою організаційною формою ведення бізнесу;
- акцент на організації не заперечує фокусування на будь-яких інших структурах, що уособлюють бізнес, і менеджерів, які формують організаційну (корпоративну) політику та її складові; це засвідчує формування організаційного (корпоративного) суспільства [4; 5].

За своєю сутністю корпоративна соціальна відповідальність – це імплементований у корпоративне управління певний тип соціальних зобов'язань (здебільшого добровільних) перед працівниками, партнерами, державою, інститутами громадянського суспільства та суспільством у цілому [2].

Дослідження, проведене за сприяння ООН, серед представників українського бізнесу, дало змогу побачити певні закономірності щодо розуміння сутності поняття корпоративної соціальної відповідальності в українському бізнес-середовищі. Найпопулярнішими елементами корпоративної соціальної відповідальності серед підприємців є впровадження соціальних програм поліпшення умов праці персоналу (65,5 % опитаних), розвиток персоналу (63,2 %), благодійна допомога (56,0 %), застосування в політиці компанії принципів етичного та відповідального ставлення до споживачів (49,5 %), участь у регіональних програмах розвитку (32,3 %), реалізація екологічних програм (29,8 %), політика дотримання прав акціонерів (інвесторів) (20,8 %), відкрите подання інформації про діяльність компанії (18,7 %) [6].

Як бачимо, серед підприємців сформоване розуміння корпоративної соціальної відповідальності передусім як відповідальності перед персоналом.

У фундаментальній статті «Аргументи «за» і «проти» дотримання бізнесом соціальної відповідальності» Девіса К. підсумовано основні аргументи на користь і проті корпоративної соціальної відповідальності (табл. 1) [8].

Таблиця 1

Аргументи на користь і проти дотримання бізнесом соціальної відповідальності

За	Проти
Довгострокова зацікавленість бізнесу у суспільному процвітанні	Відмова від усебічної максимізації прибутку
Підвищення суспільного іміджу конкретних компаній	Втрати від соціальної активності
Підтримка життєздатності бізнесу як системи	Брак навичок розв'язання соціальних проблем
Послаблення державного регулювання бізнесу	Розмивання основних цілей бізнесу
Відповідність бізнесу соціокультурним нормам	Послаблення міжнародного платіжного балансу
Зниження ризиків акціонерів щодо диверсифікації інвестиційного портфеля	Надмірна концентрація влади в руках бізнесу
Нові шляхи розв'язання соціальних проблем	Слабкість суспільного контролю
Наявність у бізнесу необхідних ресурсів	Брак широкої суспільної підтримки
Можливість конвертації соціальних проблем у прибутковий бізнес	
Профілактика соціальних проблем є кращою за лікування	

Ця публікація стала однією з перших, у якій зроблено спробу ув'язати корпоративну соціальну відповідальність зі стратегією розвитку компанії.

Корпоративну соціальну відповідальність підприємства для формування корпоративної стратегії можна розглядати як спосіб ефективного управління соціальними та бізнес-процесами задля забезпечення позитивного впливу компанії на суспільство [5].

Програми корпоративної соціальної відповідальності розподіляють на зовнішні та внутрішні. До внутрішніх умовно відносять програми з розвитку персоналу; програми з охорони здоров'я; програми соціально-культурного сервісу (надання житла, створення й підтримка власних творчих і наукових колективів за участю персоналу; створення мережі соціальних закладів; формування програм відпочинку персоналу). До зовнішніх належать екологічні програми та програми якості продукції, освітні програми й підтримка наукових досліджень, програми щодо взаємодії з органами державної та місцевої влади, програми з підтримки культури та мистецтва, філантропічні програми, меценатство, спонсорство та ін. [5].

Таким чином, кожній компанії важливо бути соціально відповідальною, оскільки така компанія має можливість, щоб залучити й утримати талановитих фахівців. До того ж вона має довіру інвесторів і можливість отримувати довгострокові інвестиції, що особливо важливо за умов економічної кризи. Водночас корпораціям слід докладати більше зусиль до встановлення ефективних партнерських відносин з іншими компаніями, громадськими та цивільними організаціями, державними структурами для вироблення колективних системних підходів до корпо-

ративної відповідальності. Більше уваги варто приділяти і такому важливому питанню, як формалізація розкриття інформації про свою соціальну активність. Це можна зробити передусім через механізм соціальної звітності.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Миронова О. М.

Література: 1. Аніщенко В. О. Роль корпоративної культури у прийнятті управлінських рішень. *Актуальні проблеми економіки*. 2009. № 3. С. 64–71. 2. Бала О. І., Мукан О. В., Бала Р. Д. Принципи корпоративної культури підприємств: сутність та види. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка»*. 2010. № 682. С. 11–15. 3. Василик С. К. Программы обучения и развития персонала как составляющие стратегии корпоративной социальной ответственности. *Проблемы управления в условиях современного развития экономики и пути их решения*. 2014. № 6. С. 131–134. 4. Лопухова К. О. Вплив корпоративної культури на соціальні процеси підприємства. *Вісник економіки транспорту і промисловості*. 2010. № 31. С. 216–219. 5. Лазоренко О., Колишко Р. Базова інформація з корпоративної соціальної відповідальності. Київ : Енергія, 2008. 96 с. 6. Семикіна А. Корпоративна культура та її роль у розвитку трудового потенціалу. *Регіональні аспекти розвитку продуктивних сил України*. 2010. № 15. С. 43–52. 7. Смоленюк П. С. Корпоративна культура як основа розвитку організації. *Наука й економіка*. 2010. № 1. С. 123–128. 8. Davis K. The case for and against business assumption of social responsibilities. *Academy of Management Journal*. 1973. № 16. P. 312–322.

ПРОГНОЗУВАННЯ ОБОРОТНИХ АКТИВІВ ПІДПРИЄМСТВА ІЗ ЗАСТОСУВАННЯМ МЕТОДУ ЧАСОВИХ РЯДІВ

УДК 658.155.2

Сметанкін А. С.

Студент 4 курсу
фінансового факультету ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. Доведено актуальність застосування методу часових рядів у процесі аналізу оборотних активів підприємства для обґрунтування фінансових управлінських рішень. На прикладі ТОВ «ПК-Енергомонтажсервіс» розраховано прогностичні значення показників, що характеризують обсяг та ефективність використання оборотних активів.

Ключові слова: підприємство, організація, фінанси, фінансовий стан, активи, оборотні активи, дебіторська заборгованість, коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості, період оборотності дебіторської заборгованості, метод часових рядів.

Аннотация. Доказана актуальность применения метода временных рядов в процессе анализа оборотных активов предприятия для обоснования финансовых управленческих решений. На примере ООО «ПК-Энергомонтажсервис» рассчитаны прогнозные значения показателей, характеризующих объем и эффективность использования оборотных активов.

Ключевые слова: предприятие, организация, финансы, финансовое состояние, активы, оборотные активы, дебиторская задолженность, коэффициент оборачиваемости дебиторской задолженности, период оборачиваемости дебиторской задолженности, метод временных рядов.

Annotation. The relevance of applying the time series method in the process of analyzing the current assets of an enterprise to substantiate financial management decisions is proved. Using the example of PK-Energomontazhservis LLC the predicted values of indicators characterizing the volume and efficiency of use of current assets are calculated.

Keywords: enterprise, organization, finance, financial condition, assets, current assets, receivables, receivables turnover ratio, receivables turnover period, time series method.

За ринкової економіки ефективність діяльності підприємства є необхідною умовою виживання. Побудова ефективного виробничого процесу неможлива без раціональної організації оборотних активів. Тому на сьогодні актуальним питанням є планування оборотних активів для їх раціонального використання й визначення необхідного їх обсягу відповідно до потреб виробництва задля покращення фінансових результатів підприємства, платоспроможності та конкурентної позиції на ринку.

Дослідженням проблем аналізу та прогнозування оборотних активів підприємства займалися і займаються Бланк І. А., Чубка О. М., Осовська Г. В., Марцин В. С., Сословський В. Г., Ізмайлова К. В. та ін. Однак, процес прогнозування оборотних активів є досить складним, особливо за сучасних мінливих економічних умов, а тому потребує подальшого поглибленого дослідження.

Метою написання статті є прогнозування оборотних активів суб'єкта господарювання із застосуванням методу часових рядів.

Оборотні активи – група мобільних активів підприємства із періодом використання до одного року, що обслуговують операційну діяльність і забезпечують його платоспроможність [2]. Під управлінням оборотними активами розуміють діяльність, пов'язану із виконанням таких завдань: збільшення обігу оборотних активів, формування достатнього обсягу застосовуваного в операційному процесі оборотного капіталу, поліпшення ефективності структури оборотних активів, збільшення ліквідності, конкурентоспроможності та платоспроможності підприємства. Одним із завдань управління оборотними активами є прогнозування їх обсягу на наступний період, оскільки це передусім впливає на фінансову стабільність підприємства.

Проаналізуємо обсяг оборотних активів підприємства на прикладі «ПК-Енергомонтажсервіс» за 2015–2017 рр. та спрогнозуємо обсяг оборотних активів на перший квартал 2018 р. (рис. 1) [4].

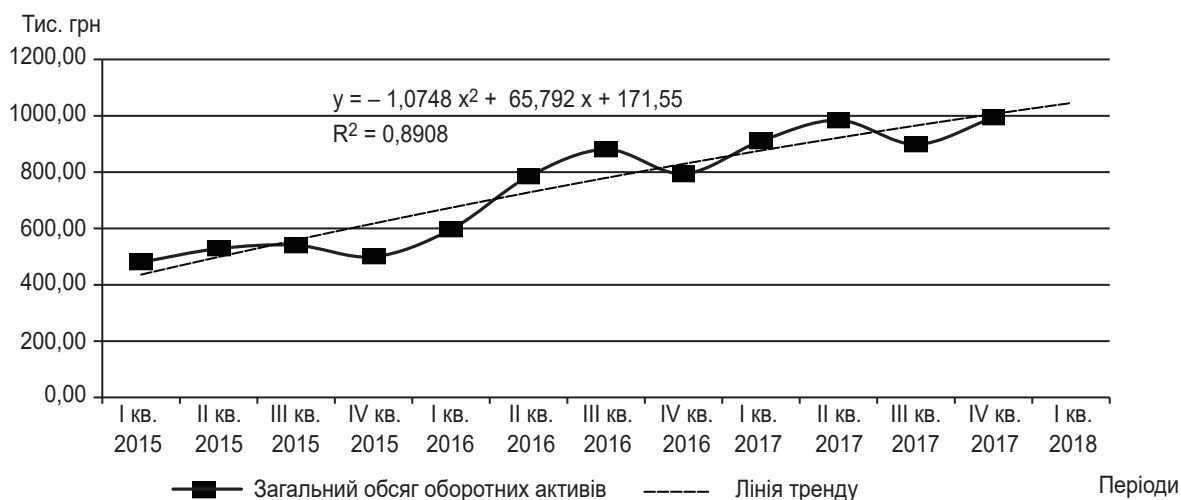


Рис. 1. Лінія тренду загального обсягу оборотних активів

Бачимо (рис. 1), що обсяг оборотних активів «ПК-Енергомонтажсервіс» протягом аналізованого періоду зростає. Це показує поліноміальна лінія тренду четвертого ступеня, згідно з якою у першому кварталі 2018 р. обсяг оборотних активів становитиме 1077,81 тис. грн. Збільшення оборотних активів є позитивним для підприємства, оскільки нарощення оборотних активів свідчить про розширення виробництва, покращення фінансових результатів. Однак, слід урахувувати склад оборотних активів, оскільки збільшення не всіх складових оборотних активів зумовить погіршення фінансових результатів. Так, наприклад, збільшення обсягу дебіторської заборгованості може спричинити погіршення ліквідності та платоспроможності підприємства, а також стримуватиме виробництво. Тому доцільно проаналізувати та спрогнозувати обсяг дебіторської заборгованості для досліджуваного підприємства (рис. 2) [4].

Бачимо (рис. 2), що протягом аналізованого періоду обсяг дебіторської заборгованості зростає з першого кварталу 2015 р. до четвертого кварталу 2016 р., у якому спостерігається найвище значення – на рівні 353 тис. грн. Далі обсяг дебіторської заборгованості поступово зменшувався, спостерігається низхідна тенденція. З огляду на поліноміальну лінію тренду другого порядку, можемо стверджувати, що на перший квартал 2018 р. обсяг дебіторської заборгованості становитиме 117,66 тис. грн [4].

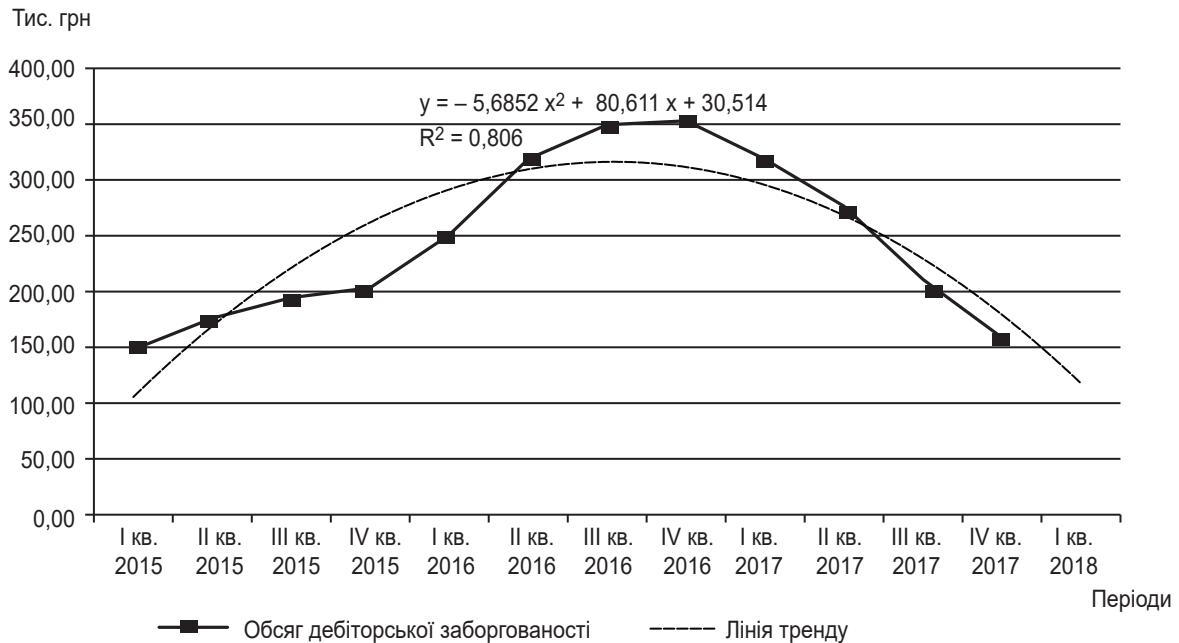


Рис. 2. Лінія тренду обсягу дебіторської заборгованості

Скорочення дебіторської заборгованості є позитивним для підприємства, оскільки спостерігається ефективний збут продукції, що не відволікає фінансові ресурси з галузі виробництва.

Слід проаналізувати, настільки ефективно підприємство здійснює політику інкасації дебіторської заборгованості; розрахуємо та проаналізуємо це за допомогою коефіцієнта оборотності дебіторської заборгованості (рис. 3) [6].

Бачимо (рис. 3), що коефіцієнт оборотності $K_{об.ДЗ}$ за аналізований період має тенденцію до зростання. Однак, винятком є четвертий квартал 2017 р., коли крива графіка мала низхідний характер. Це пояснюється передусім зменшенням обсягу чистого доходу від реалізації продукції. Однак, при прогнозуванні коефіцієнта оборотності $K_{об.ДЗ}$ на перший квартал 2018 р. не слід урахувувати тенденцію до зменшення обсягу чистого доходу, оскільки цей випадок є скоріш винятком, аніж правилом. Тому з вірогідністю 91,45 % можемо припускати, що коефіцієнт оборотності $K_{об.ДЗ}$ на перший квартал 2018 р. становитиме 54,76. Коефіцієнт оборотності $K_{об.ДЗ}$ та період оборотності ДЗ мають обернену залежність, тобто за зростання коефіцієнта оборотності $K_{об.ДЗ}$ період оборотності ДЗ скорочується. Збільшення кількості оборотів дебіторської заборгованості та скорочення терміну обігу означає покращення політики реалізації готової продукції, скорочується термін оплати за товари, що, у свою чергу, сприяє покращенню ліквідності балансу. Гроші не відволікаються зі сфери виробництва та приносять прибуток підприємству [5].

Таким чином, метод часових рядів – ефективний інструмент прогнозування оборотних активів підприємства. Прогнозні значення дають змогу менеджменту підприємства прийняти управлінські рішення щодо раціоналізації виробничого процесу на наступний період. На підставі результатів проведених прогнозних розрахунків для «ПК-Енергомонтажсервіс» можна стверджувати, що підприємство збільшує свої оборотні активи, тоді як обсяг дебіторської заборгованості, навпаки, зменшується. Зростання коефіцієнта оборотності дебіторської заборгованості свідчить про ефективну політику підприємства щодо розрахунків з покупцями.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Берест М. М.

Література: 1. Осовська Г. В., Осовський О. А. Основи менеджменту : навч. посіб. Київ : Кондор, 2006. 664 с. 2. Бланк И. А. Основы финансового менеджмента. Киев : Ника-центр, 1999. 512 с. 3. Марцин В. С. Планування як основна складова процесу фінансової діяльності. *Фінанси України*. 2008. № 4. С. 23–31. 4. Сословський В. Г., Романенко С. Ю. Розробка інтелектуальної методики фінансового планування. *Бізнес Інформ*. 2009. № 4. С. 99–103. 5. Ізмайлова К. В. Фінансовий аналіз : навч. посіб. Київ : МАУП, 2001, 152 с. 6. Чубка О. М., Рудницька О. М. Оцінка методів управління оборотним капіталом промислових підприємств. *Економіка і ринок: облік, аналіз, контроль*. 2005. № 13. С. 440–445. 7. Кулішов В. В. Економіка підприємства: теорія і практика : навч. посіб. Київ : Ніка-Центр, Ельга, 2003. 368 с.

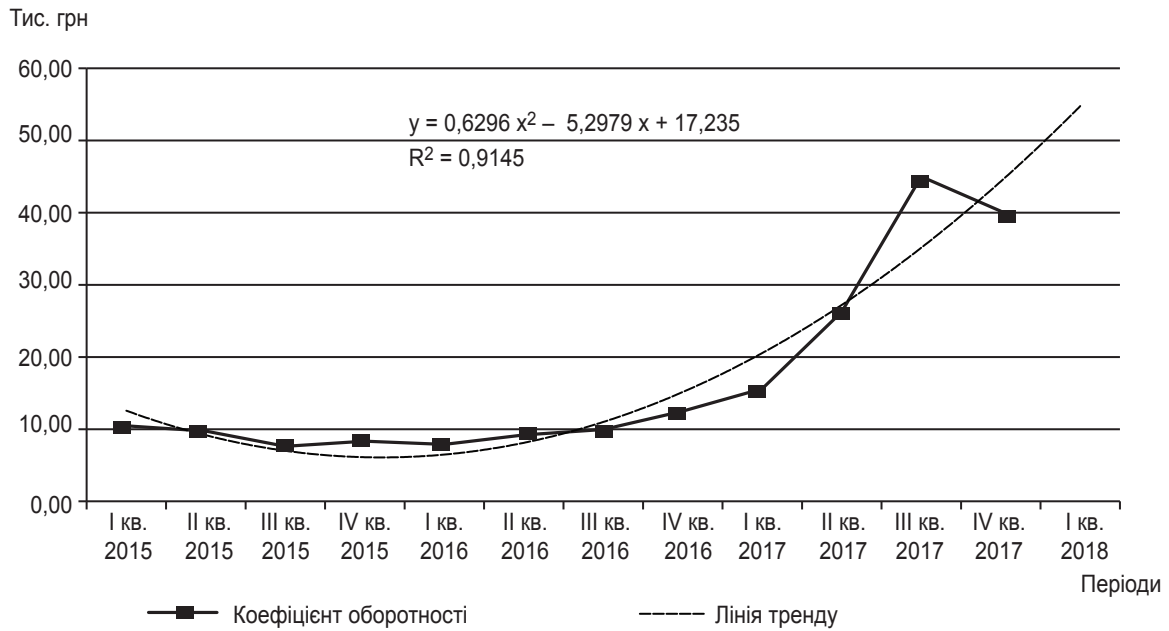


Рис. 3. Лінія тренду для коефіцієнта оборотності $K_{об.Дз}$

АНАЛІЗ ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНОГО СТАНУ ПІДПРИЄМСТВА

УДК 005.52: 658.14/.17

Соловйова М. М.

Студент 4 курсу
фінансового факультету ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. Розглянуто основні положення аналізу фінансово-економічного стану підприємства. Проаналізовано фінансово-економічні показники діяльності торговельного підприємства, яке є лідером ринку роздрібною торгівлі півдня України. Запропоновано заходи щодо підвищення ефективності функціонування досліджуваного підприємства.

Ключові слова: підприємство, організація, торгівля, роздрібна торгівля, фінанси, фінансові ресурси, фінансовий стан, фінансова стійкість, ліквідність, рентабельність.

Аннотация. Рассмотрены основные положения анализа финансового состояния предприятия. Проанализированы финансово-экономические показатели деятельности торгового предприятия, являющегося лидером рынка розничной торговли юга Украины. Предложены меры по повышению эффективности функционирования исследуемого предприятия.

Ключевые слова: предприятие, организация, торговля, розничная торговля, финансы, финансовые ресурсы, финансовое состояние, финансовая устойчивость, ликвидность, рентабельность.

Annotation. The main provisions of the analysis of the financial condition of the company. Analyzed the financial and economic performance of the trade enterprise, which is the leader of the retail market in the south of Ukraine. Proposed measures to improve the functioning of the enterprise.

Keywords: enterprise, organization, trade, retail, finance, financial resources, financial condition, financial stability, liquidity, profitability.

За ринкових умов господарювання оцінювання фінансового стану підприємства має особливо важливе значення. Аналіз фінансового стану дає змогу зробити висновки щодо забезпеченості підприємства ресурсами й ефективності їх використання. Фінансовий стан підприємства відображає спроможність підприємства фінансувати свою діяльність. Здатність підприємства своєчасно здійснювати платежі та фінансувати власну діяльність свідчить про його задовільний фінансовий стан.

Дослідженням питань аналізу фінансового стану підприємств займалися і займаються Бержанір І., Вдовенко Л., Кірейцев Г., Мец В. та ін.

Метою написання статті є аналіз фінансово-економічного стану торговельного підприємства, вивчення тенденцій зміни економічних показників діяльності, а також формування пропозицій щодо ефективного використання фінансових ресурсів.

Фінансовий стан підприємства – комплексне поняття, яке є результатом взаємодії всіх елементів системи фінансових відносин підприємства, визначається сукупністю виробничо-господарських факторів і характеризується системою показників, що відображають наявність, розміщення й використання фінансових ресурсів [3].

Головною метою фінансової діяльності підприємства є отримання прибутків шляхом збільшення обсягів виробництва та реалізації продукції, нарощування власного капіталу й забезпечення стійкого фінансового стану. Для цього необхідно постійно підтримувати платоспроможність і рентабельність підприємства, а також оптимальну структуру активу та пасиву балансу [4].

Аналіз фінансового стану підприємства виконано на прикладі ТОВ «Таврія-В», що займається широкоформатною торгівлею та наданням торговельних площ у оренду. Основними бізнес-напрямами підприємства є роздрібна й гуртова торгівля, підприємства громадського харчування, виробництво, будівництво, а також приватлейбл.

У таблиці наведено показники, що характеризують майновий стан, ліквідність і фінансову стійкість підприємства (табл. 1) [5].

Таблиця 1

Аналіз показників майнового стану, ліквідності та фінансової стійкості ТОВ «Таврія-В»

Показник	2014	2015	2016	Нормативне значення
<i>Аналіз майнового стану підприємства</i>				
Коефіцієнт зносу основних засобів	0,3239	0,3253	0,3491	Зменшення
<i>Аналіз ліквідності підприємства</i>				
Коефіцієнт покриття	1,1710	0,7947	0,8900	> 1
Коефіцієнт швидкої ліквідності	0,6677	0,4630	0,6233	0,6–0,8
Коефіцієнт абсолютної ліквідності	0,0725	0,0409	0,0501	> 0 Збільшення
Чистий оборотний капітал, тис. грн	55483	-84340	-66994	> 0 Збільшення
<i>Аналіз фінансової стійкості підприємства</i>				
Коефіцієнт платоспроможності (автономії)	0,4449	0,4533	0,4880	0,4–0,6
Коефіцієнт фінансової стабільності	0,8016	0,8292	0,9530	0,67–1,5
Коефіцієнт забезпеченості власними оборотними засобами	0,1461	-0,2580	-0,1240	> 0,1
Коефіцієнт маневреності власного капіталу	0,0653	-0,0950	-0,0530	> 0 Збільшення

Бачимо (табл. 1), що наявна тенденція до зростання коефіцієнта зносу основних засобів, яка свідчить про погіршення стану основних засобів підприємства. Через тенденцію до зменшення коефіцієнта покриття можна зробити висновок, що підприємство має неліквідний баланс.

У 2015 р. спостерігається зменшення коефіцієнта швидкої ліквідності на 30,66 %. Однак, у 2016 р. він зростає на 34,62 % і входить до меж нормативу. Це вказує на те, що в компанії досить ліквідних оборотних коштів для сво-

часного розрахунку за зобов'язаннями. Порівняно малі значення коефіцієнта абсолютної ліквідності свідчать про те, що компанія не зможе вчасно погасити борги у випадку, якщо термін платежів настане незабаром [1].

Від'ємна величина чистого оборотного капіталу протягом досліджуваного періоду свідчить про нездатність вчасно погасити всі короткострокові зобов'язання через те, що всі оборотні кошти та частина необоротних активів профінансована за рахунок позикового капіталу підприємства.

У 2014 р. коефіцієнт платоспроможності дорівнював 0,4449, у 2015 р. – 0,4533, а у 2016 р. – 0,4880. Це свідчить про те, що компанія була здатна профінансувати за рахунок власного капіталу 44,49 %, 45,33 % та 48,80 % активів відповідно [2; 5].

Протягом досліджуваного періоду коефіцієнт фінансової стабільності мав тенденцію до зростання та відповідав нормативному значенню. Коефіцієнт забезпеченості власними оборотними засобами має значення нижче нормативного, що свідчить про значну фінансову залежність підприємства від зовнішніх кредиторів.

Від'ємне значення коефіцієнта маневреності власного капіталу свідчить, що власний капітал і кошти, залучені на довгостроковій основі, спрямовані на фінансування необоротних засобів. Тому для фінансування оборотних активів слід звертатися до позичкових джерел фінансування, цим спричинено зниження фінансової стійкості.

Показники, що характеризують ділову активність та рентабельність підприємства, подано у табл. 2 [5].

Таблиця 2

Аналіз показників ділової активності та рентабельності ТОВ «Таврія-В»

Показник	2015	2016	Нормативне значення
<i>Аналіз ділової активності підприємства</i>			
Коефіцієнт оборотності активів	0,7681	0,6897	Збільшення
Коефіцієнт оборотності кредиторської заборгованості	3,7344	3,2174	Збільшення
Коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості	21,9116	15,4169	Збільшення
Коефіцієнт оборотності запасів	0,8155	0,8559	Збільшення
Коефіцієнт оборотності основних засобів	2,5457	2,3021	Збільшення
Коефіцієнт оборотності власного капіталу	1,7074	1,4580	Збільшення
<i>Аналіз рентабельності підприємства</i>			
Коефіцієнт рентабельності активів	0,0198	0,0296	> 0
Коефіцієнт рентабельності власного капіталу	0,0441	0,0625	> 0

Бачимо (табл. 1), що коефіцієнт оборотності активів має тенденцію до зниження, тому підприємству необхідно працювати в напрямку оптимізації суми активів. Для цього можна продати частину ненавантажених необоротних активів, знизити суму запасів, вжити заходів задля повернення дебіторської заборгованості.

Оборотність кредиторської заборгованості мала тенденцію до зменшення: якщо у 2015 р. спостерігалось 3,73 оборотів на рік, то у 2016 р. – 3,22 оборотів на рік, що на 13,67 % менше. Також існує проблема зниження оборотності дебіторської заборгованості ТОВ «Таврія-В». Якщо у 2015 р. дебіторська заборгованість компанії зробила 21,91 обороти, то у 2016 р. – лише 15,42 обороти, що на 29,62 % менше.

Коефіцієнт оборотності запасів відповідає нормативам і у 2015–2016 рр. зріс з 0,82 до 0,86 оборотів на рік. Ефективність управління основними засобами у компанії знижується. Причиною такої тенденції є збільшення основних засобів, а також зменшення обсягу продажів. Оборотно-власного капіталу також зменшується: на кінець 2016 р. вироблено товарів і надано послуг на суму 1,46 грн на кожен гривню залучених коштів власників [4].

Протягом періоду дослідження рентабельність активів підвищилася. Якщо у 2015 р. ТОВ «Таврія-В» отримало 1,98 копійок чистого прибутку на кожен вкладений гривню активів, то в 2016 р. – 2,96 копійок. Рентабельність власного капіталу підприємства зростає.

Отже, на підставі дослідження фінансово-економічних показників ТОВ «Таврія-В» можна запропонувати заходи задля підвищення ефективності його функціонування. Будь-яке підприємство за умов ринкової економіки здійснює свою діяльність задля отримання прибутку. Підвищення прибутковості відбувається шляхом збільшення обсягів продажу та зниження витрат. Для підвищення ділової активності підприємства важливе значення має оптимізація дебіторської заборгованості. Для цього підприємство може залучати установи, які стягують борги, за наявності документальних підтверджень; страхувати кредити для захисту від значних збитків з безнадійних боргів; формувати системи штрафних санкцій за прострочене виконання зобов'язань.

Що стосується ефективності формування та використання кредиторської заборгованості підприємства, то вона полягає у забезпеченні своєчасного нарахування і виплати коштів, які входять до її складу. Для забезпечення



економічної стійкості підприємства необхідні гнучкість і швидкість реакції на зміни кон'юнктури ринку, підвищення конкурентоспроможності виробництва та продукції, висока інвестиційна активність, ліквідність і фінансова стабільність.

Таким чином, для покращення фінансового стану, підвищення ліквідності, платоспроможності та ділової активності підприємству необхідно, зважаючи на специфіку галузі та конкретні умови, розробити й упровадити комплекс заходів задля досягнення прибутковості діяльності.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Добринь С. В.

Література: 1. Бержанир И. А. Анализ ликвидности как важный этап оценки финансового состояния предприятий. *Финансы, учет, банки*. 2014. № 1. С. 43–48. 2. Вдовенко Л. Платоспроможність підприємств: сутність та методика розрахунку показників. *Економічний аналіз*. 2012. № 10. С. 27–29. 3. Кірейцев Г. Г. Фінансовий менеджмент. Житомир : ЖІТІ, 2001. 440 с. 4. Мец В. О. Економічний аналіз фінансових результатів та фінансового стану підприємства. Київ : Алерта, 2012. 256 с. 5. Фінансова звітність ТОВ «Таврія-В». URL: <https://smida.gov.ua/db/participant/19202597>.



МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ ДО АНАЛІЗУ КАПІТАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

УДК 005.52: 658.152/.153

Соловйова М. М.

Студент 4 курсу
фінансового факультету ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. Розглянуто питання визначення й аналізу капіталу підприємства. Досліджено підхід до поелементного аналізу за застосування моделювання. Запропоновано заходи щодо підвищення ефективності використання капіталу підприємства.

Ключові слова: підприємство, організація, фінанси, фінансовий стан, фінансові коефіцієнти, капітал, оптимізація капіталу, ліквідність, моделювання.

Аннотация. Рассмотрены вопросы определения и анализа капитала предприятия. Исследован подход к поэлементному анализу с применением моделирования. Предложены меры по повышению эффективности использования капитала предприятия.

Ключевые слова: предприятие, организация, финансы, финансовое состояние, финансовые коэффициенты, капитал, оптимизация капитала, ликвидность, моделирование.

Annotation. The issues of determining and analyzing the capital of the enterprise are considered. Investigated an approach to element analysis using modeling. Proposed measures to improve the efficiency of use of capital of the enterprise.

Keywords: enterprise, organization, finance, financial condition, financial ratios, capital, capital optimization, liquidity, modeling.

Підприємство є структуроутворюючим елементом сучасної ринкової економіки. Будь-яка організація, що займається виробничою чи іншою комерційною діяльністю, повинна мати певний капітал, що являє собою сукупність матеріальних цінностей і коштів, фінансових вкладень і витрат на придбання прав і привілеїв, необхідних для здійснення господарської діяльності. Він є базою створення і розвитку підприємства, а у процесі функціонування забезпечує інтереси держави, власників і персоналу. Капітал посідає одне з головних місць у системі соціально-економічних і політичних відносин у суспільстві.

Дослідженням сутності поняття «капітал» займалися і займаються Гібіш Л. В., Кірейцев Г. Г., Терещенко О. О., Мец В. О., Буряк Л. Д., Павловська О. В., Поддєрьогін А. М. та ін.

Метою написання статті є розробка методичних рекомендацій до поелементного аналізу, а також заходів щодо підвищення ефективності використання капіталу підприємства.

Ринкова економіка потребує від підприємств фінансової стабільності, що є важливою передумовою успішного ведення господарської діяльності. Вона досягається налагодженням ритмічної й ефективної роботи підприємств, а також грамотним управлінням виробничими фондами і джерелами їх формування. Цьому сприяє ефективне використання власного і залученого капіталу, оптимальність управлінських рішень; всебічний аналіз і об'єктивна оцінка фінансового стану за даними обліку та звітності; упровадження конкретних заходів для стабілізації фінансово-господарської діяльності підприємства.

Капітал – це частина фінансових ресурсів, гроші, пущені в обіг, і доходи, що вони приносять від цього обігу. За його допомогою можна стимулювати або стримувати розвиток будь-якого суб'єкта господарювання [5].

Ефективність функціонування будь-якого підприємства залежить від правильної стратегії управління капіталом підприємства, її важливою складовою є оптимізація капіталу підприємства.

Автором було використано стандарт IDEF (Integrated computer aided manufacturing DEfinition) на прикладі ТОВ «Таврія-В», оскільки ця методологія функціонального моделювання і графічного описання процесів робить акцент на ієрархічному поданні об'єктів, що значно полегшує розуміння предметної області.

При моделюванні складні інформаційні системи розбиваються на складові, кожна з яких розглядається окремо від інших. На контекстній діаграмі по центру розміщено блок головної задачі, який відображає сутність моделі, мету її побудови та передбачає сукупність запитань, на які має відповідати модель, тобто аналіз капіталу [4].

Блок вхідної інформації аналізу капіталу підприємства представлений інформацією про внутрішню його діяльність, тобто фінансовою звітністю: звітами про фінансовий стан і фінансові результати підприємства. На підставі даних цієї звітності проводиться подальша оцінка й аналіз капіталу підприємства, що є сукупністю засобів виробництва, цінностей у матеріальній, грошовій і нематеріальній формах, які забезпечують його власнику отримання додаткової вартості.

Капітал є головним елементом і базою для ведення господарської діяльності підприємства. Його ретельний і професійний аналіз дає змогу отримати обґрунтовану та важливу інформацію щодо фінансового стану і розробити відповідне управлінське рішення, що дозволить підприємству досягти поставлених задач.

Діюча модель «AS-IS» системи аналізу капіталу підприємства складається з чотирьох етапів реалізації процесу: систематизація й обробка необхідних для аналізу даних, аналіз капіталу підприємства у динаміці, аналіз фінансових коефіцієнтів та оптимізація капіталу підприємства (рис. 1) [4].

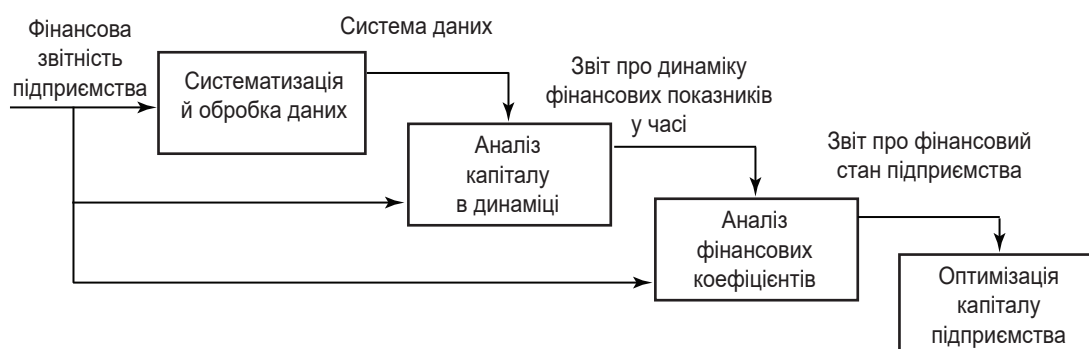


Рис. 1. Декомпозиція контекстної діаграми «Аналіз капіталу підприємства» за моделлю «AS-IS»

Згідно із рис. 1, перший етап полягає у формуванні аналітичних таблиць, тобто системи даних у зручному для аналізу вигляді, яка необхідна для подальшого аналізу й оцінки фінансового стану підприємства. На другому етапі виконують аналіз капіталу підприємства у динаміці. До нього належить горизонтальний і вертикальний аналіз, після якого керівництву на підприємстві надається звіт про динаміку фінансових показників у часі.



Третім етапом є аналіз фінансових показників капіталу підприємства: аналіз майнового стану, ліквідності, фінансової стійкості, ділової активності та рентабельності підприємства, вихідним документом якого є звіт про фінансовий стан підприємства.

Початковим кроком цього етапу є аналіз майнового стану підприємства. Аналіз майна підприємства передбачає проведення аналізу складу майна та його структури, вивчення джерел формування майна, зміни складових майна і джерел його формування.

Далі аналізується ліквідність, тобто здатність підприємства розраховуватися зі своїми поточними зобов'язаннями перед зарубіжними контрагентами шляхом перетворення активів на гроші. Ліквідність підприємства свідчить про наявність грошових коштів для термінового виконання фінансових зобов'язань певного періоду [3].

Наступним кроком є аналіз фінансової стійкості підприємства. Фінансова стійкість є відображенням стабільного перевищення доходів над витратами, що забезпечує вільне маневрування грошовими коштами підприємства і шляхом ефективного їх використання сприяє безперебійному процесу виробництва і реалізації продукції [1].

Показники ділової активності дають змогу оцінити ефективність використання підприємством власних коштів. До цієї групи належать різні показники оборотності, що мають велике значення для оцінювання фінансового стану підприємства, оскільки інтенсивність обігу коштів, тобто швидкість перетворення їх на готівку, безпосередньо впливає на платоспроможність підприємства [5].

Останній крок третього етапу – аналіз коефіцієнтів рентабельності підприємства. Коефіцієнти рентабельності визначають загальну ефективність використовуваних активів і вкладеного капіталу.

Останній блок управління процесом «Оптимізація капіталу підприємства» представлений заходами щодо підвищення ефективності використання капіталу підприємства. На цьому етапі, окрім процесу реалізації запропонованих заходів, здійснюється контроль за ефективністю їх виконання у процесі забезпечення належного рівня капіталу підприємства з визначенням відхилень від планових показників, закладених у програмі.

Отже, обрана модель дає змогу вибудувати потоки зв'язку між несильно пов'язаними ззовні речами. Використання стандарту IDEF для проектування роботи на рівні виконавців веде до того, що схеми виходять ілюстративними, що дає змогу провести структурування змістовніше й акуратніше. Графічну модель застосовують для подання наочними потоками різних проектів або процесів, що дозволяє раціональніше розподілити відповідальність і ресурси за завданнями.

Таким чином, запропоновані методичні рекомендації щодо поелементного аналізу капіталу підприємства за застосування стандарту IDEF дозволяють створити його структурний опис з позицій міжнародного стандарту, а також наочно й більш формалізовано подати взаємодію різних процесів, що є необхідними для аналізу капіталу підприємства.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Добринь С. В.

Література: 1. Гібіш Л. В. Фінанси : навч. посіб. Київ : МАУП, 1998. 92 с. 2. Кірейцев Г. Г. Фінансовий менеджмент. Житомир : ЖІТІ, 2001. 440 с. 3. Мец В. О. Економічний аналіз фінансових результатів та фінансового стану підприємства. Київ : Алерта, 2012. 256 с. 4. Окулесский В. А. Функциональное моделирование – методологическая основа реализации процессного подхода. М. : Прикладная логистика, 2001. 280 с. 5. Поддєрьогін А. М., Буряк Л. Д., Павловська О. В., Терещенко О. О. Фінанси підприємств : навч. посіб. Київ : ХНЕУ, 2000. 386 с.



ПРОБЛЕМИ Й ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ЛОГІСТИЧНОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ

УДК 005.932

Солодуха О. С.

Магістрант 2 року навчання
факультету менеджменту і маркетингу ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. Обґрунтовано, що логістика є сучасним інструментарієм, успішно застосовуваним у світовому бізнесі для підвищення якості менеджменту фірм. Розглянуто теоретичні засади розвитку логістичної інфраструктури. Досліджено сучасний стан і проблеми функціонування, а також перспективи розвитку логістики в Україні.

Ключові слова: підприємство, організація, менеджмент, фінанси, логістика, логістичне управління, логістична система, інфраструктура, логістична інфраструктура.

Аннотация. Обосновано, что логистика является современным инструментарием, успешно применяемым в мировом бизнесе для повышения качества менеджмента компаний. Рассмотрены теоретические основы развития логистической инфраструктуры. Исследованы современное состояние и проблемы функционирования, а также перспективы развития логистики в Украине.

Ключевые слова: предприятие, организация, менеджмент, финансы, логистика, логистическое управление, логистическая система, инфраструктура, логистическая инфраструктура.

Annotation. It is substantiated that logistics is a modern tool, successfully used in global business to improve the quality of company management. The theoretical foundations of the development of logistics infrastructure are considered. The current state and problems of functioning, as well as the prospects for the development of logistics in Ukraine.

Keywords: enterprise, organization, management, finance, logistics, logistics management, logistics system, infrastructure, logistics infrastructure.

Сучасний стан економічної системи України, подальший розвиток ринкових відносин і складні умови ведення господарської діяльності спонукають національні підприємства до пошуку засобів підвищення прибутковості діяльності, зниження загальних витрат, скорочення інтервалів часу між придбанням сировини, матеріалів і продажем готової продукції споживачам, а також напрямків підтримки позитивного іміджу фірми. Протягом останніх років таким засобом є створення ефективної логістичної інфраструктури, спроможної значно покращити показники економічної діяльності підприємств і створити безперервний ланцюг управління матеріальними потоками. Однак, механізм інтеграції логістичних процесів окремих підприємств до загальної системи макрологістики, створення й функціонування вітчизняної логістичної інфраструктури є однією з найменш досліджуваних галузей, чим зумовлено необхідність подальшого поглибленого вивчення цього питання та його наукового обґрунтування.

На сьогодні в наукових джерелах не визначено єдиних підходів і методики щодо аналізу ефективності й оцінки рівня розвитку логістичної інфраструктури. У вітчизняній і зарубіжній літературі переважно висвітлюються різні аспекти управління підприємствами на підставі логістичних засад щодо питань інтеграції в ланцюгах поставок і ефективного функціонування логістичної інфраструктури.

Окремі проблеми щодо цього напряму досліджують Комарницький І. М., Когут І. В., Бойко Н. І., Майорова І. М., Припуляк Н. С., Смірнова І. Г. та ін. Деякі теоретичні та прикладні питання розвитку логістичної інфраструктури відображено в роботах зарубіжних науковців Пфоля Ф., Кльозе К., Абта С., Бауерсокса Д., Клосса Д., Фехнера І. та ін. Однак, у більшості науково-дослідних робіт розглядається концепція логістичної інфраструктури або особливості розвитку логістичних об'єктів у тій чи іншій окремій європейській країні.

Метою написання статті є обґрунтування теоретичних засад формування логістичної інфраструктури в Україні та її подальшого ефективного функціонування.

Протягом останніх років відбулися кардинальні зміни у ринковій кон'юктурі: ринок припинив бути масовим і став орієнтованим на споживача. Здатність виробників поєднати індивідуальні купівельні переваги з їх виробництвом і системою планування стала вирішальним фактором у конкурентній боротьбі. Швидкими змінами уподобань покупців, їх запитів щодо якості та доставки продукції зумовлено необхідність зменшення термінів й обсягів поставок і скорочення резервних запасів часу та матеріалів [5].

Одним із визначальних атрибутів роботи підприємства є організація його діяльності, що вимагає впровадження нових прогресивних ідей у системі управління, важливим компонентом якої є логістика. Саме логістичні



підходи у господарчій діяльності оптимізують потокові процеси, сприяють їх перетворенню та інтеграції. Головним завданням логістики є постачання продукції належної якості та кількості у заздалегідь обумовлений термін за мінімальних витрат, пов'язаних із постачанням, виробництвом, зберіганням, транспортуванням тощо. Це стає можливим завдяки глибокому аналізу й прогнозуванню ринкової ситуації, синхронізації окремих елементів підприємства, оптимізації методики вибору альтернативних рішень. Концепція логістичного управління підприємством здатна забезпечити високий рівень виробничої інтеграції, синхронізує всі потоки підприємства.

Логістика є важливою складовою роботи кожного підприємства. Уотерс Д. підкреслює, що без логістики матеріали не переміщуються, операції не виконуються, продукти не доставляються, споживачі не обслуговуються. Однак, успішна реалізація логістичної концепції є можливою лише за умови створення відповідної логістичної інфраструктури.

В економіці під інфраструктурою розуміють сукупність складових певного об'єкта, які мають підпорядкований допоміжний характер і забезпечують умови для нормальної діяльності об'єкта в цілому. З практичної точки зору ринкова інфраструктура є визначальним фактором формування конкурентних переваг економічного розвитку країни. Ефективним інструментом управління підприємством є логістична інфраструктура, що забезпечує органічну єдність та ефективне функціонування всіх матеріальних потоків.

Основними причинами зростання інтересу до створення логістичної інфраструктури в Україні є:

- світова економічна криза, що спричинила зменшення державного фінансування такої важливої для всього суспільства галузі, як інфраструктура;
- важливість оптимальної інфраструктури, від якої залежить розвиток економіки країни в цілому;
- пошук інноваційних шляхів розвитку виробництва з формуванням нових моделей економіки;
- необхідність залучення приватного сектора до фінансування логістичної інфраструктури;
- процеси глобалізації економіки різних країн [7].

Нікшич С. М. під логістичною інфраструктурою розуміє систему засобів просторово-часового перетворення логістичних потоків (матеріальних, інформаційних, фінансових, людських), а також сукупність підприємств різних організаційно-правових форм, що забезпечують організаційно-правові умови проходження цих потоків за допомогою створення потенціалу відповідних логістичних послуг.

Казанська О. А. вважає, що логістична інфраструктура – це сукупність технічних і організаційно-економічних елементів, за допомогою яких усі види економічних потоків (матеріальні, фінансові, інформаційні, енергопотоки, трудові ресурси, зворотні) здійснюють циклічний рух із найбільшою ефективністю від постачальника ресурсів до кінцевого споживача [2].

Григорак М. Ю. та Костюченко Л. В. під логістичною інфраструктурою розуміють інтегровану сукупність складської, транспортної, маніпуляційної, пакувальної, інформаційної та фінансової інфраструктур підприємства, що в комплексі забезпечують ефективне логістичне обслуговування матеріального потоку за принципом «від дверей до дверей» із мінімальними витратами відповідно до вимог споживачів [3].

Отже, логістична інфраструктура – це механізм, за допомогою якого сукупність технічних, технологічних, організаційних, економічних елементів забезпечує ефективне логістичне обслуговування та функціонування всіх матеріальних потоків.

Складовими логістичної інфраструктури є:

- транспортні, комунікаційні, складські та обслуговуючі елементи, пов'язані з додатковою обробкою товарів;
- сукупність будівель, споруд із необхідним обладнанням для складування продукції, пакування;
- засоби отримання, передачі й обробки інформації з наданням торговельних, побутових і адміністративних послуг, що є забезпеченими необхідними ресурсами: природними, матеріально-технічними, інформаційними, інституційними та фінансовими;
- логістичні центри, логістичні оператори, склади загального призначення.

Логістичну інфраструктуру структурують за такими елементами: технічна складова, технологічна складова та організаційно-економічна [4].

Для створення ефективної логістичної інфраструктури спочатку потрібно вирішити питання розміщення її об'єктів у межах географічного полігона. Більшість національних економік не надають істотного значення розміщенню інфраструктурних підрозділів і проектуванню інфраструктурної мережі в цілому.

Зауважимо, що в сучасній вітчизняній економіці важливим компонентом став розвиток логістичної інфраструктури, яка безпосередньо має вплив на зростання валового внутрішнього продукту країни. Це пов'язано із забезпеченням вищої якості обслуговування товарних потоків, залученням транзитних товарів, що проходять через країну; зростанням необхідності розширення комплексу обслуговуючих видів діяльності та використанням сучас-



них складських, транспортних, інформаційних і комунікаційних систем, забезпеченням зайнятості населення, що, як результат, сприяє зростанню обсягу валового внутрішнього продукту.

Таким чином, важливим завданням для України є створення логістичної інфраструктури як інтегрованої та адаптованої системи, що розглядається крізь призму забезпечення конкурентоспроможності національного ринку. Логістична інфраструктура підприємств і організацій є невід'ємною складовою інфраструктури національної економіки, і для подальшого її формування та ефективного функціонування в Україні необхідним є розв'язання цілого кола серйозних проблем. Саме розвиток логістичної інфраструктури є однією з передумов активізації динаміки міжнародної торгівлі, інвестиційної привабливості регіонів і транскордонного співробітництва. Тому важливість і комплексність проблеми розвитку логістики на вітчизняному ринку актуалізують необхідність проведення ґрунтовніших досліджень методів виконання широкого спектра логістичних послуг задля пошуку адекватних механізмів розбудови ефективної логістичної інфраструктури.

Науковий керівник – д-р екон. наук, професор Пономаренко В. С.

Література: 1. Комарницький І. М., Притуляк Н. С., Когут І. В. Розробка інформаційної системи функціонування логістики. *Вісник Львівського державного інституту новітніх технологій та управління ім. В. Чорновола*. 2007. № 1. С. 5–14. 2. Казанська О. О., Геращенко А. С. Інформаційне забезпечення розвитку логістичної інфраструктури національної економіки. *Економіка та менеджмент*. 2010. № 7 (26). С. 156–171. 3. Григорак М. Ю., Костюченко Л. В. Методика оцінки використання потенціалу логістичної інфраструктури. *Економіка та менеджмент*. 2010. № 7 (26). С. 103–108. 4. Бауэрсокс Д., Клосс Д. Логистика. Интегрированная цепь поставок / пер. с англ. М. : Олимп-Бизнес, 2001. 640 с. 5. Довба М. О., Чернописька Н. В. Теоретико-методичні засади функціонування логістичної інфраструктури. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка»*. 2004. № 499. С. 43–48. 6. Бакаев О. О., Кутах О. П., Пономаренко Л. А. Теоретичні засади логістики : підручник. Київ : КУЕТТ, 2003. 430 с. 7. Білик І., Довба М., Костюк О., Крикавський Є. Економіка логістичних систем : монографія. Львів : Видавництво Національного університету «Львівська політехніка», 2008. 596 с.



ПРОГНОЗУВАННЯ РИЗИКУ БАНКРУТСТВА ПАТ «УКРЗАЛІЗНИЦЯ» ІЗ ЗАСТОСУВАННЯМ ДИСКРИМІНАНТНИХ МОДЕЛЕЙ

УДК 330.45:005.334.4:338.27

Солохіна Є. К.

Студент 4 курсу
фінансового факультету ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. Застосовано методи дискримінантного аналізу для побудови моделей прогнозування банкрутства ПАТ «Укрзалізниця» на підставі даних фінансової звітності. Досліджено зарубіжні та вітчизняні методи аналізу ймовірності настання банкрутства підприємства. Визначено переваги та недоліки застосовуваних методів. Розглянуто можливість їх застосування для прогнозування банкрутства сучасних вітчизняних суб'єктів господарювання.

Ключові слова: підприємство, організація, фінанси, фінансова стійкість, фінансовий стан, банкрутство, дискримінантна модель, оцінка ймовірності банкрутства, прогнозування банкрутства.



Анотація. Применены методы дискриминантного анализа для построения моделей прогнозирования банкротства ПАО «Укрзалізниця» на основании данных финансовой отчетности. Исследованы зарубежные и отечественные методы анализа вероятности наступления банкротства предприятия. Определены преимущества и недостатки применяемых методов. Рассмотрена возможность их применения для прогнозирования банкротства современных отечественных субъектов хозяйствования.

Ключевые слова: предприятие, организация, финансы, финансовая устойчивость, финансовое состояние, банкротство, дискриминантная модель, оценка вероятности банкротства, прогнозирование банкротства.

Annotation. The methods of discriminant analysis are used to build models for the prediction of bankruptcy of PJSC «Ukrzaliznytsia» on the basis of financial reporting data. Foreign and domestic methods of analyzing the probability of the bankruptcy of an enterprise are investigated. The advantages and disadvantages of the methods used are determined. The possibility of their use for predicting the bankruptcy of modern domestic business entities is considered.

Keywords: enterprise, organization, finance, financial stability, financial condition, bankruptcy, discriminant model, estimation of the probability of bankruptcy, bankruptcy forecasting.

За сучасної економічної ситуації в країні своєчасне передбачення кризових явищ і формування механізму, що дає змогу визначити відповідні негативні зміни та сприяти подальшому їх усуненню, є досить важливими. Висока ефективність антикризових заходів на підприємстві задля підтримання його стабільного функціонування має бути обґрунтована певними моделями оцінки платоспроможності та ймовірності банкрутства. Одним із найважливіших інструментів системи раннього запобігання та методом прогнозування банкрутства підприємств є дискримінантний аналіз [2].

У зарубіжній практиці розробкою методів і моделей прогнозування банкрутства на підставі дискримінантного аналізу займалися Спрінгейт Г., Альтман Е., Бівер В., Таффлер Д., Тішоу Г., Ліс Р. та ін. Питання доречності та ефективності застосування дискримінаційних моделей у вітчизняній практиці розглядали Терещенко О., Матвійчук А., Базилінська О., Подольська В., Шапурова О. та ін.

Метою написання статті є розгляд сучасних методів і моделей дискримінантного аналізу, застосовуваних для прогнозування та діагностики фінансового стану підприємств, а також проведення порівняльного аналізу їх параметрів і визначення найоптимальніших моделей для вітчизняних підприємств.

Під дискримінантним аналізом здебільшого розуміють комплекс методів і прийомів математичної статистики, за застосування яких здійснюється класифікація аналізованих елементів залежно від значень обраної сукупності показників відповідно до побудованої шкали інтерпретації. Головними передумовами для проведення дискримінантного аналізу є наявність двох або більше груп і можливість вимірювання кількох змінних для визначення схожості чи несхожості цих груп [4].

У процесі аналізу підбирають певну систему показників, дослідивши значення яких можна віднести підприємство до того чи іншого класу та із високим рівнем ймовірності спрогнозувати його майбутній фінансовий стан [3].

Найпростішою є двофакторна модель оцінки ймовірності банкрутства підприємства Альтмана Е. Ця модель є однією з найперших моделей аналізу ймовірності банкрутства підприємства на підставі дискримінантного аналізу. Вона передбачає обчислення спеціального коефіцієнта Z . За двофакторною моделлю ймовірність банкрутства будь-якого суб'єкта господарювання за будь-якого від'ємного значення коефіцієнта Z є дуже малою і великою, якщо $Z > 1$ [2].

На думку Терещенка О. О., модель прогнозування банкрутства Альтмана Е. у своїй сфері є класичною. Її розглядають у більшості західних підручників з фінансового прогнозування й оцінки кредитоспроможності підприємства [5].

Формула для розрахунку має вигляд:

$$Z = -0,3877 - 1,0736 \cdot K_n + 0,579 \cdot K_{авт}, \quad (1)$$

де K_n – коефіцієнт покриття,

$K_{авт}$ – коефіцієнт автономії.

Розрахунок спеціального коефіцієнта подано в табл. 1 [4].

Для підприємств, у яких значення $Z = 0$, ймовірність банкрутства становить 50 %. Від'ємні значення ($Z < 0$) свідчать про зменшення ймовірності банкрутства, а додатні ($Z > 0$) – про підвищення зі зростанням. За цією моделлю ПАТ «Укрзалізниця» має підвищений рівень ризику банкрутства зі зростанням.

Таблиця 1

Двофакторна модель оцінки ймовірності банкрутства Альтмана Е.

Показник	2015	2016	2017
Z	0,06517	0,06971	0,07379

Наступною застосовуваною для аналізу моделлю є модель Таффлера Р. і Тішоу Г. Її широко використовують у міжнародній практиці, що зумовлено такими перевагами:

- аналітична інформація для розрахунку показників є доступною, оскільки її відображено у формах фінансової звітності;
- існує можливість прогнозування банкрутства й визначення зони ризику, у якій перебуває підприємство;
- моделі мають невелику кількість показників, що забезпечують високу точність результатів за незначних трудовитрат [4].

Індекс Z за Тішоу Г. і Тафлером Р. має вигляд:

$$Z = 0,5 \cdot X_1 + 0,13 \cdot X_2 + 0,18 \cdot X_3 + 0,16 \cdot X_4, \quad (2)$$

де X_1 – операційний прибуток / короткострокові зобов'язання;

X_2 – оборотні активи / загальна сума зобов'язань;

X_3 – короткострокові зобов'язання / загальна вартість активів;

X_4 – виручка від реалізації / загальна вартість активів [4].

Розрахунок індексу ймовірності банкрутства подано в табл. 2 [4].

Таблиця 2

Модель оцінки ймовірності банкрутства Тішоу Г. і Тафлера Р.

Показник	2015	2016	2017
Z	-0,132	-0,0331	0,11536

Якщо $Z < 0,2$, ймовірність банкрутства є дуже високою;

$Z = 0,25$ – критичне значення;

$Z > 0,3$ – ймовірність банкрутства є дуже низькою.

У нашому випадку за розглянутий період $Z < 0,2$, це означає, що для підприємства ймовірність банкрутства є дуже високою.

Модель Спрінгейта Г. побудована у 1978 р. за допомогою методу поетапного дискримінантного аналізу [4].

Формула чотирифакторної моделі Спрінгейта Г. має вигляд:

$$Z = 1,03 \cdot A + 3,07 \cdot B + 0,66 \cdot C + 0,4 \cdot D, \quad (3)$$

де A = оборотний капітал / сума активів;

B = нерозподілений прибуток / сума активів;

C = прибуток до оподаткування / поточні зобов'язання;

D = прибуток до оподаткування / сума активів.

Розрахунок коефіцієнта Z за цією моделлю подано в табл. 3 [4].

Таблиця 3

Модель оцінки ймовірності банкрутства підприємства Спрінгейта Г.

Показник	2015	2016	2017
Z	-0,8008617	-0,9194	-0,5653

За $Z < 0,862$ існує висока ймовірність настання неплатоспроможності. Зважаючи на на розраховані дані (табл. 3), можна дійти висновку, що за цією моделлю оцінки рівня банкрутства для ПАТ «Укрзалізниця» існує висока ймовірність настання неплатоспроможності, оскільки всі коефіцієнти мають від'ємні значення.

За моделями Альтмана Е., Спрінгейта Г., Тішоу Г. і Тафлера Р. оцінюють схильність підприємства до банкрутства на підставі показників ділової активності та рентабельності. У перелічених моделях ці показники домінують як за кількісним складом, так і за важливістю впливу на остаточний результат моделі.

Досить поширеною в Україні є діагностика банкрутства підприємства за моделлю Терещенка О. О. Для прогнозування вірогідності банкрутства науковець запропонував універсальну дискримінантну функцію:

$$Z = 1,5 A + 0,08 B + 10 C + 5 D + 0,3 E + 0,1 F, \quad (5)$$

де A – cash-flow / поточні зобов'язання;

B – валюта балансу / поточні зобов'язання;

C – чистий прибуток / валюта балансу;

D – чистий прибуток / виручка від реалізації;

E – виробничі запаси / виручка від реалізації;

F – виручка від реалізації продукції, товарів, послуг / валюта балансу [5].

Вірогідність банкрутства підприємства моделі оцінюють за значенням Z :

– нижче 0 – напівбанкрут;

– від 0 до 1 – загрожує банкрутство, якщо не здійснити санацію;

– від 1 до 2 – фінансова стійкість порушилася, але за умови переходу на антикризове управління банкрутство не загрожує;

– вище 2 – є фінансово стійким, банкрутство не загрожує [5].

Результати розрахунку індексу ймовірності банкрутства подано в табл. 4 [5].

Таблиця 4

Модель оцінки ймовірності банкрутства Терещенка О. О.

Показник	2015	2016	2017
Z	-0,7711	1,07968	1,00856

З поданих результатів можна зробити висновки, що у 2015 р. ПАТ «Укрзалізниця» було напівбанкрутом. Однак, у 2016–2017 рр. ситуація змінюється, підприємство має здебільшого порушену фінансову стійкість, але, якщо застосувати антикризове управління, банкрутство не загрожуватиме.

Таким чином, було проаналізовано та спрогнозовано рівень ризику банкрутства із застосуванням дискримінантних моделей, використано моделі зарубіжних науковців: Альтмана Е., Спрінгейта Г., Тішоу Г. і Тафлера Р., а також модель українського вченого Терещенка О. О. Незважаючи на наявність великої кількості методик, що дозволяють прогнозувати фінансову спроможність підприємства з тією або іншою мірою вірогідності, жодна з них не може претендувати на використання як універсальна. Тому доцільним є відстеження динаміки зміни результуючих показників за кількома методиками та проведення подальших досліджень щодо розробки адекватної моделі оцінювання ризику банкрутства підприємства. За всіма наведеними моделями ПАТ «Укрзалізниця» має високий рівень ризику банкрутства через недосконалу систему фінансової безпеки та корупцію на підприємстві, отже, потребує розробки шляхів запобігання та виходу з такої ситуації.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Кузенко Т. Б.

Література: 1. Зарубіжні моделі прогнозування банкрутства підприємств. URL: https://stud.com.ua/44327/menedzhment/zarubizhni_modeli_prognozuvannya_bankrutstva_pidpriyemstv. 2. Кизим Н. А. Оценка и прогнозирование неплатежеспособности предприятий. Харьков : ИНЖЕК, 2004. 144 с. 3. Модель прогнозу ризику банкрутства. URL: https://pidruchniki.com/11200611/finansii/r-model_prognozu_riziku_bankrutstva. 4. Островська Г. М., Квасовський О. Р. Аналіз практики використання зарубіжних методик прогнозування ймовірності банкрутства підприємств. *Галицький економічний вісник*. 2011. № 2. С. 99–111 5. Терещенко О. О. Дискримінантна модель інтегральної оцінки фінансового стану підприємства. *Економіка України*. 2003. № 8. С. 38–44.

ЗБУТОВА ДІЯЛЬНІСТЬ ЯК ФУНКЦІОНАЛЬНА СКЛАДОВА ЛОГІСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

УДК 339.138:658.81:338.439.5

Стасюк Д. Р.

Студент 4 курсу
факультету менеджменту і маркетингу ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. Розглянуто напрями розв'язання актуальних економічних проблем, зокрема вдосконалення ефективності збутової діяльності на підприємстві. Конкретизовано основні поняття та теоретичні положення щодо ефективності збутової діяльності сучасних вітчизняних підприємств.

Ключові слова: підприємство, організація, фінанси, капітал, прибуток, збутова діяльність, логістика, логістичне управління, стратегія управління.

Аннотация. Рассмотрены направления решения актуальных экономических проблем, в частности совершенствования эффективности сбытовой деятельности на предприятии. Конкретизированы основные понятия и теоретические положения касательно эффективности сбытовой деятельности современных отечественных предприятий.

Ключевые слова: предприятие, организация, финансы, капитал, прибыль, сбытовая деятельность, логистика, логистическое управление, стратегия управления.

Annotation. The directions of solving actual economic problems, in particular, improving the efficiency of sales activities at the enterprise, are considered. Concretized the basic concepts and theoretical positions regarding the effectiveness of sales activities of modern domestic enterprises.

Keywords: enterprise, organization, finance, capital, profit, sales, logistics, logistic management, management strategy.

Останнім часом сучасні логістичні інновації успішно застосовуються провідними вітчизняними підприємствами у стратегічному й оперативному менеджменті. Одним із напрямків економічного розвитку підприємств є створення механізму, який би ефективно забезпечував взаємодію основних елементів логістичної діяльності. Особливе місце в логістичній діяльності підприємств посідає збутова діяльність.

Необхідністю підвищення ефективності збутових процесів щодо змін умов реалізації продукції на ринку зумовлено постійну зацікавленість вітчизняних підприємців у вдосконаленні процесу реалізації продукції як важливої функціональної складової діяльності підприємства. Зважаючи на те, що основною метою збуту, як правило, є реалізація товарів і послуг споживачам за певного рівня якості збутового сервісу, можна констатувати актуальність цієї проблематики [1].

Метою написання статті є визначення сутності поняття збутової діяльності та її ролі в логістичній діяльності підприємства.

Проблемами організації збутової діяльності займалися Гордон М., Липчук В., Власова В., Костоглодов Д., Нарисова Л., Семененко А., Гаджинський А. та ін.

Збутова діяльність є сферою діяльності підприємства, спрямованою на реалізацію продукції на певних ринках. Збут є засобом досягнення поставлених цілей підприємства, завершальним етапом виявлення смаків і переваг покупців. Збутова діяльність ґрунтується на досягненні умов отримання максимального прибутку та швидкої реалізації виготовлених товарів, що вимагає загальних методичних основ у процесі організації збутової діяльності. Тому надзвичайно важливим є планування збутової діяльності, коли на підставі планових показників виробництва визначаються обсяги потреб у ресурсах та їх основні постачальники [2].

На сьогодні особливо актуальною є проблема побудови ефективної системи управління збутом на підприємствах. Нераціональна регіональна та інвестиційна політика 90-х років ХХ ст. створила нерівні умови для їх розвитку і, як наслідок, зумовила зменшення частки середніх регіональних підприємств і домінування іноземного капіталу в загальній структурі акціонерної власності виробників, що загрожує економічній стабільності вітчизняної промисловості. Тому пріоритетним завданням підприємств галузі є створення ефективної системи управління збутовою діяльністю, яка б урахувала інтереси виробників. Така система потребує розв'язання низки теоретичних і методико-прикладних завдань, що є пов'язаними з економічним оцінюванням збутової діяльності.

Кожне торговельне підприємство розробляє власну стратегію збуту з урахуванням основних функцій просування товару. При цьому провідним елементом збутової стратегії є організація інформаційного забезпечення, яка на основі маркетингу здійснюється за допомогою створення відповідних інформаційних потоків вторинних і первинних даних, отриманих як із внутрішніх, так із зовнішніх джерел інформації [3].

Другим важливим елементом збутової стратегії є організація продажу. Від того, наскільки правильно здійснюватиметься відбір форм і методів продажу, способів доставки товарів, технології товароруху, чи будуть організовані інформаційно-диспетчерські служби, обчислювальні центри, залежить ефективність функціонування всієї системи управління збутом і розподілом. Тому необхідно в кожному конкретному випадку ретельно підходити до розробки цього елемента, зважаючи при цьому всі можливі або такі, що відбулися, зміни внутрішнього та зовнішнього середовища.

Задля усунення недоліків, пов'язаних зі збутовою діяльністю, необхідним є використання стратегічно спрямованого комплексу заходів щодо формування збутової політики. Потрібно також застосовувати сучасні методи вдосконалення етапів організації, планування та контролю за збутовою діяльністю підприємства.

Результати наукових досліджень щодо вдосконалення збутової політики підприємств засвідчують, що для усунення проблем у збуті важливим є їх виявлення за допомогою методу діагностики, який передбачає оцінку збутової діяльності, виявлення недостатньо використаних резервів і визначення можливостей ефективного розв'язання наявних проблем [4].

Що стосується місця збуту в логістичній діяльності підприємства, то це питання доцільно з'ясувати, виходячи із системного підходу. У зв'язку із Крикавський Є. зауважує: «За умови розгляду підприємства як логістичної системи найефективнішим моментом вивчення її організаційно-економічної структури слід вважати системний підхід, заснований на необхідності розгляду низки елементів як єдиного цілого, що має властивості, відсутні у його складових» [6]. Заслуговує на увагу і думка Гавришко Н. Зважаючи на принципи системного підходу, науковець стверджує, що маркетинг можна розглядати як підсистему менеджменту, а збут – як підсистему логістичної діяльності підприємства поряд із постачанням і виробництвом [5].

Поділяючи думку цих науковців, зауважимо, що маркетинг також є і однією з конкретних функцій менеджменту як процесу управління економічними ресурсами задля досягнення фірмою поставлених цілей. Узагальнюючи численні теоретичні підходи, констатуємо, що організація продажу є складовою збутової діяльності підприємства. Беручи до уваги категорію «розподіл» як один із головних елементів маркетингу, зауважимо, що поняття «збут» є ширшим, ніж «розподіл». Складові збуту як підсистеми виробничого підприємства подано на рис. 1 [5].

Система «підприємство»		Розподіл (дистрибуція)	Товарорух	Реалізація
		Збут		
Постачання	Виробництво			

Рис. 1. Складові збуту як підсистеми виробничого підприємства

Таким чином, удосконалення збутової діяльності шляхом зниження цін до рівня конкурентів і відкриття нових автосалонів підвищить ефективність роботи підприємства. Оскільки головною метою будь-якого підприємства є отримання максимального прибутку, збутової діяльності має надаватися якомога більше уваги. Упровадження до практики збутової діяльності торговельного підприємства запропонованих заходів сприятиме підвищенню ефективності управління збутовою діяльністю, отже, і прибутковості діяльності в цілому, а також досягненню поставлених стратегічних цілей.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Авраменко О. В.

Література: 1. Чорна Л. О. Місце системи реалізації продукції в маркетинговій діяльності підприємства. *Економіка та держава*. 2006. № 12. С. 61–62. 2. Хрупович С. Є. Економічне оцінювання та управління збутовою діяльністю підприємств. Тернопіль : ТНТУ, 2011. 160 с. 3. Балабанова Л. В., Бриндіна О. А. Маркетингова товарна політика в системі менеджменту підприємств : навч. посіб. Київ : Професіонал, 2006. 336 с. 4. Бурцев В. В. Внутренний

контроль сбытовой деятельности предприятий в современных условиях хозяйствования. *Менеджмент в России и за рубежом*. 2001. № 6. С. 20–25. **5.** Гавришко Н. В. Облік і аналіз маркетингової та збутової діяльності: управлінський аспект : дис. ... канд. екон. наук : 08.06.04. Тернопіль, 2001. 256 с. **6.** Крикавський Є. В. Формування економічного потенціалу підприємств на основі логістики : дис. ... д-ра екон. наук : 08.06.01. Львів, 1997. 418 с.

УПРАВЛІННЯ БРЕНДОМ ЗА УМОВ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

УДК 005.51

Столбова Є. В.

Студент 4 курсу
факультету менеджменту і маркетингу ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. Розглянуто особливості управління брендом за умов інноваційної діяльності, узагальнено прийоми створення брендів. Розроблено практичні рекомендації щодо застосування прийомів брендингу як сучасної маркетингової технології.

Ключові слова: інноваційна діяльність, бренд, брендинг, менеджмент, торговельна марка, позиціонування, бренд-менеджмент.

Аннотация. Рассмотрены особенности управления брендом в условиях инновационной деятельности, обобщены приемы создания брендов. Разработаны практические рекомендации по применению приемов брендинга как современной маркетинговой технологии.

Ключевые слова: инновационная деятельность, бренд, брендинг, менеджмент, торговая марка, позиционирование, бренд-менеджмент.

Annotation. The features of brand management in terms of innovation are considered, the techniques of creating brands are summarized. Practical recommendations for the application of branding techniques as a modern marketing technology have been developed.

Keywords: innovation, brand, branding, management, positioning, brand management.

За умов зростаючої диференціації ринку та конкуренції нових категорій товарів і послуг актуальним стає питання розгляду економічних і соціальних аспектів процесу брендингу. Нині бренди відіграють важливу роль, є найціннішим активом як для окремих компаній, так і для національної економіки, чим і зумовлено актуальність обраної теми статті.

Бренд як втілення сукупності цінностей є пов'язаним із кожним аспектом взаємовідносин компанії та клієнтів і вимагає постійного цілеспрямованого управління шляхом створення, підтримки, захисту, посилення й розширення меж існування [4].

Метою написання статті є узагальнення особливостей управління брендом за умов інноваційної діяльності.

Дослідженням питань управління брендом у сучасній економічній літературі займаються досить детально й у різних аспектах зарубіжні науковці, серед них Котлер Ф., Девіс С., Енджел Д., Блекуелл Р., Капферер Ж., Райс Е., Траут Д., Чармессон Г., Аакер Д., Гед Т., Мініард П. Усвідомленням особливостей створення й управління брендами в умовах вітчизняної економіки зумовлено появу низки досліджень і публікацій на цю тему. Серед них можна виділити праці Тігової О., Римаренко М., Зозульова О., Кия М., Шайгородської Л., Новицького Р., Пусотіна В. та ін.

За сучасних умов підвищення ефективності виробництва можна досягти переважно за рахунок розвитку інноваційних процесів, які отримують кінцеве вираження у нових технологіях і нових видах конкурентоспроможної продукції. Розвиток нових технічних та організаційно-технологічних, удосконалення основних принципів управління щодо специфіки вітчизняного ринку створюють умови для оновлення процесів відтворення на підприємствах і дають додатковий імпульс для економічного зростання. За своєю природою інновації передбачають не лише технічні чи технологічні розробки, а й будь-які поліпшення в усіх сферах науково-виробничої діяльності, у тому числі вдосконалення організації, продажів, системи просування товару [8].

Відомо, що поведінка споживача є переважно ірраціональною та інтуїтивною. Якщо в покупця немає явних переваг щодо продукції, він вибирає її під впливом:

- вражень від минулих покупок продукції (товарів і послуг);
- рекомендацій друзів і знайомих;
- зовнішнього вигляду продукції, назви, місця продажу, ціни;
- інформації про виробничі характеристики продукції (склад, терміни зберігання, гарантовані зобов'язання) [5].

Тому істотну роль у формуванні успішного бренду відіграє торговельна марка, до якої належать логотип товару, слоган, легенда, упаковка та ін. Будь-який бренд є торговельною маркою, але не всі торговельні марки згодом стають брендом.

Поняття «бренд» є набагато ширшим, ніж поняття «товар», яке обмежене і пов'язане з матеріальними властивостями, що задовольняють потреби покупця. Бренд формує образ торговельної марки і зміцнює її у свідомості споживача через комунікації, що символізують пряме чи уявне ставлення до товару [1].

У вітчизняній науковій літературі та на практиці існує проблема нерозуміння різниці між категоріями «бренд» і «торговельна марка». Таке розмежування є принципово важливим, тому у своєму дослідженні вважаємо за необхідне чітко визначити різницю між цими поняттями.

Торговельна марка (ТМ) – це калькований переклад з англійської поняття «trade mark». Щоправда, це поняття активно використовують на розмовному рівні, але в українському законодавстві воно не прописане. Для позначення торговельних марок в Україні офіційно використовують термін «знак для товарів і послуг», який визначено Законом України «Про охорону прав на знаки для товарів і послуг» [5].

У науковій літературі існують чимало дефініцій поняття «бренд», що зумовлено ємкістю, багатоаспектністю та поліфункціональністю поняття. Класичні визначення Аакера Д., американської асоціації маркетингу, Реп'єва А. акцентують увагу на символічній сутності бренду та його призначенні для ідентифікації товарів виробників через комунікаційні канали. Бренд як набір функціональних параметрів і якості розглядають Маріотт Д., Перцій В. та ін. Психологічне сприйняття бренду підкреслюють у своїх визначеннях Огілві Д., Капферер Ж., Зозульов О. Як інтелектуальний феномен, важливий нематеріальний актив компанії розглядають бренд Девіс С. і «4P Маркетинг».

Аналіз та узагальнення цих дефініцій свідчить про існування кількох змістовних (сутнісних) складових бренду: символічно-комунікаційної, функціональної, психологічної та інтелектуальної (рис. 1) [7; 8].

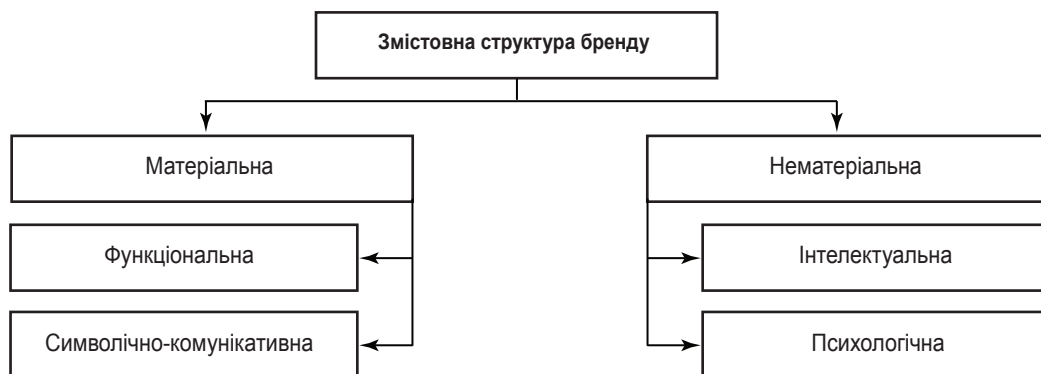


Рис. 1. Змістова структура бренду

Для забезпечення успішності процесу брендингу за умов інноваційної діяльності особливу увагу варто приділити розвитку основних якостей торговельної марки:

- актуальності: позиція бренду має відповідати потребам, бажанням і вимогам споживачів;
- простоти: позиція має бути лаконічною, простою, зрозумілою і легкою для запам'ятовування;
- несхожості: позиція має відрізнитися від того, як подають себе на ринку аналогічні компанії;



– послідовності: усі маркетингові комунікації мають містити незмінюване смислове ядро, а повідомлення – посилювати і доповнювати одне одного; позиція марки повинна бути чітко сфокусована у назві, корпоративній культурі, обслуговуванні;

– стабільності: позиція не повинна суттєво змінюватися протягом тривалого періоду [2].

Реалізувати ці положення можна за застосування відповідної моделі брендингу. Дослідивши наявні методики, можна зробити висновок, що найефективнішими за сучасних українських умов є моделі бренду-колеса та чотиривимірний брендингу.

При застосуванні першого методу бренд розглядають як набір із п'яти оболонок, вкладених одна в одну. Це дає змогу детально описати й систематизувати всі аспекти взаємодії товару зі споживачем. Алгоритм брендингу полягатиме у присвоєнні торговельній марці фізичних і функціональних характеристик (атрибутів): значущості користування даним об'єктом і отриманим результатом (переваг), емоційного результату від використання (цінностей), зближення з певною соціальною групою (індивідуальності), центральної ідеї, ядра (сутності) [6].

Дуже доречною для вітчизняної практики є модель чотиривимірний брендингу Геда Т. (стокгольмська школа економіки). За цією методикою поле сприйняття бренду зображується через функціональний вимір (унікальні характеристики продукту, а також сприйняття їх корисності, що асоціюється з брендом), соціальний вимір (здатність ідентифікувати себе з конкретною соціальною групою, стосунки між споживачами і тим суспільним прошарком, до якого вони хотіли б належати), ментальний вимір (самосприйняття і самоідентифікація споживачів, а також їхня готовність до змін і вироблення нових уявлень про себе), духовний вимір (стосунки бренду, споживача і його соціального оточення, сприйняття глобальної чи локальної відповідальності) [7].

Втілення цієї моделі можливе за реалізації бренд-коду – формалізованої програми створення бренду, складовими якої є шість елементів:

- товар / корисність: у чому користь для клієнта;
- позиціонування: чому цей бренд кращий і (або) чим він відрізняється від брендів-конкурентів;
- стиль: що характеризує стиль бренду, його імідж;
- місія: яку роль відіграє бренд у суспільстві, у чому його суспільна користь;
- концепція розвитку: на якому ринку бренд має бути, яку позицію посідатиме;
- цінності: чому довірятимуть бренду [7].

Створення бренду вимагає комплексного підходу, тому для досягнення бажаного результату слід діяти одночасно на чотирьох рівнях: функціональному (забезпечення виконання брендом свого призначення), індивідуальному (відповідність значущим уявленням споживача, за якими він ідентифікує себе як особистість), соціальному (здатність бренду відповідати значущим уявленням соціальної групи, до якої належить або хоче належати споживач) та комунікативному (здатність марки послуг підтримувати зі споживачем стосунки, підтверджуючи при цьому функціональну, індивідуальну та соціальну якість бренду) [8].

Отже, за умов інноваційної діяльності підприємству слід ставити собі за мету створити бренд, який би не лише задовольняв фізіологічні потреби клієнта, а й мав значно ширший спектр дії. Особливу увагу необхідно приділити внутрішньому (нематеріальному) аспекту бренду, розвивати як раціональні, так і емоційні його елементи. Це можна забезпечити особливостями обслуговування, додатковими послугами, механізмами підтримання прихильності клієнтів. Звичайно, потреби вищої ієрархії задовольнятимуться не повністю. Однак, розвиток у цьому напрямі має додати бренду нових конкурентних переваг.

Таким чином, нині брендинг – це ефективний інструмент конкурентної боротьби, який дає змогу організації вижити і розвиватись за нестабільних умов. Брендинг є своєрідною стратегічною перевагою, що в майбутньому визначатиме, які фірми функціонуватимуть на ринку. У зв'язку із цим дослідження питання створення й управління брендами в Україні є перспективними. Результати цих досліджень наводитимуться у подальших публікаціях щодо управління поведінкою споживачів, методології оцінювання брендів, стратегічного управління брендами й особливостей створення брендів товарів і послуг.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Томах В. В.

Література: 1. Капферер Ж. Н. Бренд навсегда: создание, развитие, поддержка ценности бренда / пер. с англ. Е. В. Виноградовой; под общ. ред. В. Н. Домнина. М. : Вершина, 2007. 448 с. 2. Нильсон Т. Конкурентный брендинг. СПб. : Питер, 2003. 208 с. 3. Завьялова Е. Зачем брендингу научные методы? Строить бренд интуитивно больше нельзя. *Новый маркетинг*. 2004. № 5. С. 32–39. 4. Мальцева О. Бренд-стратегії. *Києво-Могилянська бізнес-школа*. 2012. № 1. С. 28–33. 5. Струтинська І. В. Методичні вказівки для самостійних робіт з дисципліни

«Бренд-менеджмент» для студентів усіх форм навчання. Тернопіль : ТНТУ, 2015. 24 с. **6.** Зарубежная практика реализации задач стратегического менеджмента. URL: <http://works.doklad.ru/view/VpfM8AJDF0o.html>. **7.** Приходченко Я. В. Модель бренда підприємства в умовах маркетингової орієнтації. *Інноваційна економіка*. 2011. № 2. С. 169–174. **8.** Пустотин В. Особенности создания брендов-лидеров. *Компаньон. Стратегии*. 2012. № 1. С. 25–29.

КОНЦЕПТУАЛЬНІ АСПЕКТИ ГАРАНТУВАННЯ ФІНАНСОВОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА

УДК 658.15.012.8

Стрюкова К. В.

Студент 4 курсу
фінансового факультету ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. Досліджено концептуальні аспекти гарантування фінансової безпеки підприємства. Розглянуто підходи до визначення сутності поняття «фінансова безпека підприємства». Визначено фактори зовнішнього та внутрішнього середовища, що впливають на систему фінансової безпеки підприємства. Конкретизовано основні критерії ефективної системи фінансової безпеки підприємства.

Ключові слова: підприємство, організація, фінанси, фінансовий стан, фінансова безпека, гарантування фінансової безпеки підприємства.

Аннотация. Исследованы концептуальные аспекты обеспечения финансовой безопасности предприятия. Рассмотрены подходы к определению сущности понятия «финансовая безопасность предприятия». Определены факторы внешней и внутренней среды, влияющие на систему финансовой безопасности предприятия. Конкретизированы основные критерии эффективной системы финансовой безопасности предприятия.

Ключевые слова: предприятие, организация, финансы, финансовое состояние, финансовая безопасность, обеспечение финансовой безопасности предприятия.

Annotation. The conceptual aspects of ensuring the financial security of the enterprise are investigated. The approaches to the definition of the essence of the concept «financial security of an enterprise» are considered. The factors of external and internal environment, affecting the system of financial security of the enterprise. Concretized the main criteria for an effective system of financial security of the enterprise.

Keywords: enterprise, organization, finance, financial condition, financial security, ensuring the financial security of the enterprise.

Для сучасної ситуації економічного розвитку України характерними є невизначеність і непередбачуваність умов господарювання вітчизняних підприємств, що супроводжуються монополізацією більшості ринків, посиленням конкуренції з боку зарубіжних товаровиробників, зниженням купівельної спроможності населення. Такі умови визначають необхідність створення на підприємствах ефективно функціонуючої системи фінансової безпеки у структурі загальної економічної безпеки підприємства, головним завданням якої є раціональне формування й використання фінансових ресурсів і формування безпечних умов розвитку. Господарська діяльність підприємств супроводжується негативним впливом зовнішніх і внутрішніх загроз, що додатково вимагає відповідності системи гарантування фінансової безпеки підприємства критеріям гнучкості та безперервності. Усе це актуалізує проблему гарантування фінансової безпеки підприємства.

Метою написання статті є обґрунтування концептуальних аспектів забезпечення фінансової безпеки підприємства.

Дослідженням різних аспектів фінансової безпеки підприємства займалися вітчизняні і зарубіжні науковці, серед них Бланк І. О., Амосов О. Ю., Ареф'єва О. В., Кузенко Т. Б., Лаврова Ю. В., Сабліна Н. В., Мандзіновська Х. О., Савицька Г. В. та ін.

Фінансову безпеку підприємства доцільно розглядати як сукупність кількісних та якісних показників фінансового стану підприємства. Вона визначається забезпеченням фінансової стійкості, ліквідності та платоспроможності підприємства, ефективністю використання наявних фінансових ресурсів, організацією внутрішньогосподарського контролю основних видів звичайної діяльності підприємства, аналізом можливих внутрішніх і зовнішніх загроз економічній безпеці та попередження збитків фінансової безпеки підприємства, якістю менеджменту суб'єкта господарювання. Необхідність постійного дотримання фінансової безпеки є зумовленою важливим для кожного суб'єкта господарювання завданням забезпечення стабільності функціонування та досягнення головних стратегічних цілей підприємства [10].

Не існує єдиного загального визначення сутності поняття «фінансова безпека» як на рівні держави, так і на рівні підприємства. Низка формулювань цього поняття існують на рівні державної безпеки, вони розкривають її сутність і визначають підхід до терміна «фінансова безпека підприємства» [7].

Визначення різними авторами сутності поняття фінансової безпеки підприємства подано у табл. 1 [1–6; 12].

Таблиця 1

Визначення різними авторами сутності поняття фінансової безпеки підприємства

Автор	Визначення	Особливість підходу
Амосов О. Ю. [1]	Стан підприємства, який забезпечує здатність протистояти несприятливим зовнішнім впливам. Міра гармонізації в часі та просторі економічних інтересів підприємства з інтересами пов'язаних із ним суб'єктів зовнішнього середовища, що діють поза межами підприємства	Певний стан
Ареф'єва О. Ф. [2]	Стан найефективнішого використання корпоративних ресурсів, виражений у найкращих значеннях фінансових показників прибутковості та рентабельності бізнесу, якості управління й використання основних та оборотних коштів, структури його капіталу, норми виплат за цінними паперами, а також курсової вартості його цінних паперів як синтетичного індикатора поточного фінансово-господарського становища і перспектив технологічного та фінансового розвитку	Певний стан
Барановський О. І. [3]	Комплекс методів, засобів і заходів захисту економічних інтересів держави – на макrorівні, корпоративних структур, фінансової безпеки суб'єктів господарювання – на мікрорівні	Захист економічних інтересів
Бланк І. А. [4]	Кількісно та якісно детермінований рівень фінансового стану підприємства, що забезпечує стабільний захист його пріоритетних збалансованих фінансових інтересів від ідентифікованих потенційних і реальних загроз зовнішнього та внутрішнього походження, параметри якого визначаються на основі його фінансової філософії та створюють необхідні передумови фінансової підтримки його стійкого зростання у поточному та перспективному періодах	Певний фінансовий стан
Горячева К. С. [5]	Фінансовий стан, що характеризується збалансованістю та якістю сукупності фінансових інструментів, технологій і послуг, використовуваних підприємством; стійкістю до зовнішніх і внутрішніх загроз, здатністю фінансової системи підприємства забезпечувати реалізацію власних інтересів, місії та завдань достатніми обсягами фінансових ресурсів; забезпечувати ефективний і сталий розвиток підприємства	Певний фінансовий стан
Донець Л. І. [6]	Система організації роботи суб'єкта підприємництва, за якої досягається стабільність і прибутковість діяльності, забезпечується достатній рівень платоспроможності та стійкості суб'єкта, відбувається раціональне залучення фінансових ресурсів і здійснення витрат за умов розширеного відтворення, знижується невизначеність умов господарювання	Ступінь захищеності
Савицька О. І. [12]	Складова економічної безпеки, що полягає у найефективнішому використанні корпоративних ресурсів	Складова економічної безпеки

Отже, розповсюдженим є підхід, за яким автори розглядають фінансову безпеку підприємства як складову його економічної безпеки. За іншим підходом автори розглядають фінансову безпеку підприємства як стан, що забезпечує захищеність фінансових інтересів; у окремих дослідженнях фінансову безпеку науковці розглядають як захист від економічних злочинів [1–13].

Визначення сутності фінансової безпеки підприємства Мандзіновської Х. О. увібрало ключові позиції кожного з підходів. Погоджуючись із науковцем, фінансову безпеку підприємства визначатимемо як фінансово-

економічний стан підприємства, за якого забезпечується фінансова стійкість, платоспроможність, ліквідність підприємства в довгостроковій перспективі, достатня фінансова незалежність, здатність фінансової системи забезпечувати реалізацію власних фінансових інтересів і протистояти загрозам зовнішнього та внутрішнього середовища через збалансованість використання фінансових методів та інструментів [9].

Функціонування суб'єктів господарювання та формування їх фінансової безпеки повністю залежать від сукупності факторів зовнішнього і внутрішнього середовища, які впливають на систему фінансової безпеки. Загрози від зовнішнього середовища є зумовленими передусім об'єктивними процесами: глобалізацією фінансових зв'язків, високим ступенем інтеграції, загостренням проблеми обмеженості ресурсів, посиленням конкуренції та конфліктів між державами щодо завоювання світового економічного простору. Внутрішні загрози виникають як результат неефективної фінансово-економічної політики керівництва підприємства, нерационального визначення пріоритетів фінансового менеджменту, невчасного реагування на негативні тенденції в діяльності підприємства.

Отже, ефективне забезпечення фінансової безпеки підприємств за сучасних умов розвитку економіки України неможливе без системного підходу до нього. Етапами формування фінансової безпеки підприємства є:

- визначення фінансових інтересів суб'єкта господарювання, які потребують захисту;
- виявлення внутрішніх і зовнішніх деструктивних факторів, які спричиняють виникнення загроз або небезпеки, не дозволяють реалізувати фінансові інтереси суб'єкта господарювання;
- розробка та реалізація системи заходів задля запобігання можливим фінансовим збиткам [13].

Ефективна система гарантування фінансової безпеки підприємства передбачає:

- його активну діяльність, спрямовану на підвищення якості збору інформації не лише про конкурентів, але і про стан власної діяльності, у тому числі першочерговість визначення цілей і стратегії підприємства;
- розвиток превентивного підходу, тобто пріоритетність розробки шляхів уникнення можливих загроз і мінімізації негативних впливів;
- підвищення ролі й обсягу інформаційно-аналітичної діяльності в роботі служби безпеки підприємства, що зумовлено неймовірними темпами зростання значення інформації як фактора функціонування сучасного підприємства;
- одночасне забезпечення прозорості та конфіденційності інформації про діяльність підприємства;
- розвиток взаємозв'язку економічної безпеки підприємства з національною економічною безпекою [8; 11].

Важливим елементом гарантування фінансової безпеки підприємства є інформаційно-аналітична підсистема управління його фінансовою безпекою, яка має містити якісні й кількісні значення індикаторів фінансової безпеки; дані про наявність або потенційність ризиків і загроз, формалізовані фінансові інтереси і стан їх реалізації; стратегічний план (стратегію) гарантування фінансової безпеки підприємства, якісні та кількісні параметри використання фінансових ресурсів, обсяг останніх, а також джерела їх надходження, фінансовий план (бюджет). Система інформаційно-аналітичного забезпечення формується на підставі даних бухгалтерського, оперативного та статистичного обліку і звітності; галузевих показників діяльності підприємств-аналогів; звітів, планів і прогнозів, отриманих у процесах стратегічного, тактичного й оперативного планування, аналізу, контролю та бюджетування; оцінки загроз фінансовій безпеці підприємницької діяльності за джерелом, рівнем тяжкості наслідків, рівнем вірогідності, сферою і джерелом виникнення, тривалістю впливу, ступенем розвитку, ступенем напруженості та ін. [7].

Таким чином, гарантування фінансової безпеки підприємства є одним із головних завдань фінансового управління підприємством, що охоплює широке коло складових, які забезпечують стабільний розвиток підприємства.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Сабліна Н. В.

Література: 1. Амосов О. Ю. Фінансова безпека підприємства в сучасних економічних умовах: теоретичний аспект. *Проблеми економіки*. 2011. № 4. С. 76–80. 2. Ареф'єва О. В., Кузенко Т. Б. Економічні основи формування фінансової складової економічної безпеки. *Актуальні проблеми економіки*. 2009. № 1. С. 98–103. 3. Барановський О. І. Фінансова безпека в Україні (методологія оцінки та практика забезпечення): монографія. Київ: КНТЕУ, 2004. 760 с. 4. Бланк И. А. Управление финансовой безопасностью предприятия. Киев: Эльга; Ника-Центр, 2004. 784 с. 5. Горячева К. С. Механізм управління фінансовою безпекою підприємства: автореф. дис. ... канд. екон. наук: 08.06.01. Київ: Інститут економіки і прогнозування НАН України, 2006. 20 с. 6. Донець Л. І., Ващенко Н. В. Економічна безпека підприємства: навч. посіб. Київ: Центр навч. літ., 2008. 240 с. 7. Жихор О. Б., Фоменко А. А. Фінансова безпека підприємства як економічна категорія. *Фінансовий простір*. 2012. № 3. С. 46–48. 8. Лаврова Ю. В. Механізм забезпечення фінансової безпеки підприємства. *Вісник економіки транспорту і промисловості*. 2010. № 29. С. 127–130. 9. Мандзіновська Х. О. Формування та забезпечення фінансової безпеки машинобудівного

підприємства : автореф. дис. ... канд. екон. наук : 08.00.04. Харків, 2015. 22 с. **10.** Некрасенко Л. А., Рибалка Ю. М. Складові управління фінансовою безпекою підприємств. URL: <https://www.pdaa.edu.ua/sites/default/files/prrdaa/3.2/162.pdf>. **11.** Решетило В. П. Теоретичні основи дослідження проблеми забезпечення фінансової безпеки підприємства. *Комунальне господарство міст*. 2011. № 100. С. 137–144. **12.** Савицька О. І. Оцінка та шляхи забезпечення фінансової безпеки України. *Економічний форум*. 2012. № 3. С. 14–17. **13.** Сусіденко О. В. Методи та критерії формування і підвищення фінансової безпеки підприємства. *Науковий вісник Ужгородського університету*. 2014. № 2 (43). С. 129–133.

ФОРМУВАННЯ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ НА ПІДПРИЄМСТВІ

УДК 005.73

Суровський Е. І.

Студент 4 курсу
факультету економіки і права ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. Розглянуто сутність і складові корпоративної культури. Визначено роль і значення корпоративної культури на підприємстві. Деталізовано принципи формування корпоративної культури.

Ключові слова: підприємство, організація, корпоративна культура, місія, організаційна культура.

Аннотация. Рассмотрены сущность и составляющие корпоративной культуры. Определены роль и значение корпоративной культуры на предприятии. Детализированы принципы формирования корпоративной культуры.

Ключевые слова: предприятие, организация, корпоративная культура, миссия, организационная культура.

Annotation. The essence and components of corporate culture are considered. The role and importance of corporate culture in the enterprise. The principles of forming a corporate culture are detailed.

Keywords: enterprise, organization, corporate culture, mission, organizational culture.

Актуальність цієї теми зумовлено тим, що корпоративна культура є безпосередньо пов'язаною з комерційним успіхом компанії. Компанія буде успішною лише якщо робітники розумітимуть важливість своєї роботи, те, що їх професійний рівень пропорційний успіху компанії. На сьогодні на ринку роботодавців посилюється конкурентна боротьба, і грамотні фахівці мають можливість вибирати компанію з безлічі інших. Мотивація співробітників, побудова відносин між співробітниками, принципи і методи роботи, використовуваних у діяльності організації, – усе це є найважливішим фактором у боротьбі компанії за грамотних фахівців.

Метою написання статті є аналіз ролі корпоративної культури в діяльності компанії, а також визначення загальних принципів і елементів формування корпоративної культури. Для підприємств важливими є зміцнення та підтримка сильної корпоративної культури для розв'язання проблем, які існують у культурах і субкультурах організації. Ось чому чимало консультантів у сфері бізнесу, а також такі вчені, як Мескон М., Альберт М., Хедоурі Ф., Шейне Е., Девітт Д. дійшли висновку, що корпоративна культура відіграє вагомий роль у діяльності компанії [1]. Тому необхідно враховувати складові та функції корпоративної культури, визначити належну процедуру її створення. Зауважимо, що корпоративна культура є прихованим механізмом координації, який спрямовує кожного до спільної мети. Шляхи досягнення цієї мети неможливо змінити без розуміння ключових факторів впливу.



На сьогодні не існує єдиного чіткого визначення сутності поняття корпоративної культури. Майже кожний дослідник у цій галузі пропонує своє оригінальне трактування терміна «корпоративна культура». Так, Шейн Е., один із засновників теорії корпоративної культури, визначає її як модель поведінкових норм, яку поділяють всі, використану в минулому і визнану правильною. Отже, вона має бути передана для засвоєння новими членами організації як єдино правильний спосіб сприйняття, уявлення і стосунків. Перськова Т. М. зауважує, що корпоративна культура є набором притаманних усім членам організації поведінкових норм, артефактів, цінностей, уявлень і понять, які сформовані авторами організації та отримують підтримку її керівництва і колективу, а також зазнають змін у процесі подальшої життєдіяльності організації [2]. Бала О. І. пропонує трактувати корпоративну культуру як правила і норми поведінки, базовані на матеріальних і духовних цінностях, культурних, етичних і соціальних потребах працівників для досягнення цілей підприємства [3].

Усі визначення можна умовно розподілити на дві групи. До першої належать трактування, які вказують на елементи корпоративної культури. Так, Гібсон Д. Л., Іванцевіч Д. М., Доннеллі Д. Х. визначають організаційну культуру як визнані цінності, переконання, норми і форми поведінки в організації. Інша група об'єднує визначення, у яких корпоративну культуру автори розглядають як міру життя, адаптування до зовнішнього середовища [4].

Отже, корпоративна культура є комплексною системою, складовими якої є:

- особисті цінності та способи їх реалізації;
- способи розв'язання конфліктів;
- структура організації;
- ритуали, менталітет, гасла, артефакти: логотипи, товарний знак, бланки, візитки, колір стін, фірмовий стиль та ін.;
- місія організації;
- підсистема комунікації [4].

Принципи корпоративної культури забезпечують цілеспрямований напрямок її розвитку. Основними для корпоративної культури є принципи прозорості, апріорності, системності, гармонійності, всезагальності. Усі принципи пов'язані між собою та залежать один від одного. Якщо користуватися лише одним, це буде лише мотиваційний прийом, що не може мати бажаного ефекту, такого, як від комплексного застосування одразу всіх основних принципів [5].

Принцип прозорості забезпечує захист від будь-яких подвійних стандартів і тлумачень. За впровадження корпоративної культури припускати подвійних стандартів є помилкою, правила мають бути однаковими для всіх [6].

Принцип апріорності має підтверджувати, що елементи корпоративної культури (мета, цінності, місія) не повинні бути доказовими, а каноном, який керівництво може змінити.

Принцип всезагальності й системності передбачає, що корпоративна культура має ґрунтуватися на системі з різних складових корпоративної культури, тобто охоплювати всіх працівників і керівництво, традиції національної культури й одночасно відповідати специфіці діяльності підприємства й сучасному прогресу. Не слід також забувати і про релігію, оскільки кожен робітник має свої вірування.

За принципом гармонійності мають будуватися взаємовідносини всередині підприємства як між робітниками, так і між керівництвом і робітниками. Це основний принцип, що розкриває мету створення організаційної культури на підприємстві. Завдяки йому розв'язуються внутрішні конфлікти на підприємстві й формуються дружні стосунки, з часом об'єднуючи всіх у єдину велику сім'ю [7].

Отже, корпоративну культуру можна розглядати як систему моральних і духовних цінностей, принципів, звичаїв, традицій, норм і правил, прихильниками яких є всі члени організації. Вони знаходять своє відображення у філософії та кредо організації, символах і ритуалах, а також міфах і легендах. Вивчення елементів і принципів корпоративної культури має величезне значення для формування, підтримки та розвитку сприятливого клімату в організації.

Таким чином, у процесі дослідження корпоративної культури як невід'ємної складової підприємства з'ясовано, що вона є комплексним явищем, яке має організувати всі процеси й з'єднувати всі елементи й механізми діяльності, забезпечуючи при цьому раціональність і гармонію. Корпоративна культура істотно впливає на управління персоналом. Правильна організація корпоративної культури може інтегрувати субкультури робітників із різним менталітетом і різною культурою в корпоративну культуру, що позитивно позначатиметься на ефективності управлінської діяльності та сприятиме зростанню продуктивності та прибутковості підприємства.



Література: 1. Shefter M., DeWitt C., Keller L. The Encyclopedia of New York City. Yale University Press, 2010. P. 271–272. 2. Персикова Т. Н. Феномен корпоративної культури в сучасній Росії (сопоставительный анализ корпоративных культур в российских и иностранных организациях) : автореф. дис. ... канд. культ. наук : 24.00.01. М., 2008. 19 с. 3. Бала О. І. Економічне оцінювання та розвиток корпоративної культури машинобудівних підприємств : автореф. дис. ... канд. екон. наук. Львів, 2009. 22 с. 4. Лопухова К. О. Вплив корпоративної культури на соціальні процеси підприємства. *Вісник економіки транспорту і промисловості*. 2010. № 31. С. 216–219. 5. Юрченко В. В., Мельник Ю. В., Богданова Н. В. Корпоративна культура організації : навч. модуль для самостійного вивчення. Київ, 2016. С. 30–39. 6. Данюк В. М. Організація праці менеджера : навч. посіб. Київ : КНЕУ, 2006. 276 с. 7. Вікарчук О. І. Роль інноваційної культури у процесі відродження людського капіталу. Людський капітал в економічній системі соціально орієнтованої держави. Житомир : ЖДТУ, 2013. С. 198–212.



АНАЛІЗ СИСТЕМ СТИМУЛЮВАННЯ ПРАЦІ ПЕРСОНАЛУ

УДК 331.2

Татарінова К. А.

Студент 4 курсу
факультету менеджменту і маркетингу ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. Розглянуто структуру оплати праці, форми та системи стимулювання праці персоналу, а також умови преміювання. Проаналізовано доцільність стимулювання праці персоналу. Деталізовано різновиди морального стимулювання.

Ключові слова: підприємство, організація, стимулювання праці, премія, системи стимулювання, матеріальне стимулювання, моральне стимулювання.

Аннотация. Рассмотрена структура оплаты труда, формы и системы стимулирования труда персонала, а также условия премирования. Проанализирована целесообразность стимулирования труда персонала. Детализированы разновидности морального стимулирования.

Ключевые слова: предприятие, организация, стимулирование труда, премия, системы стимулирования, материальное стимулирование, моральное стимулирование.

Annotation. The structure of remuneration, the form and system of incentives for personnel, as well as the conditions for bonuses are considered Analyzed the feasibility of incentives for staff. Varieties of moral incentives are detailed.

Keywords: enterprise, organization, labor stimulation, bonus, incentive systems, material incentives, moral incentives.

За умов ринкової економіки відносини між персоналом підприємства та його керівництвом будуються на новій основі. Метою керівництва є успіх на ринку й одержання прибутку. Метою персоналу підприємства є одержання матеріальної винагороди та задоволення від роботи.

Об'єктивні зміни підштовхували вітчизняну економічну науку і практику до розвитку методів оплати праці в напрямку її корпоратизації, приведення у відповідність із колективними потребами та інтересами працівників. Крім тарифних форм визначення заробітної плати з'явилися безтарифні, контрактні та пайові.

Розвиток нових форм і методів стимулювання продуктивності праці розглядають у своїх працях Колот А. М., Сьсков А. Л., Яковлев Р. Л., Ковальов В. М. та ін. Однак, результати досліджень цих та інших науковців не розкрива-

ють повністю проблему стимулювання праці, оскільки сучасне зовнішнє середовище пропонує нові задачі та методи їх розв'язання, виявляє нові моделі оплати праці, нові форми прояву матеріальної та моральної зацікавленості персоналу в результатах своєї праці.

Так, дослідники цих питань говорять про перехід трудових ресурсів із виробничої сфери у позавиробничу, зміну виконавчого характеру праці на творчий, інтелектуально-інформаційний. Практика показує, що під час розвитку інформаційних технологій відбуваються постійні зміни у формах і методах управління персоналом у поєднанні із методами економічного стимулювання праці; потреба у сучасних методах матеріального стимулювання є найактуальнішою.

Метою написання статті є аналіз системи стимулювання праці та визначення умов преміювання працівників.

У найузагальненішому вигляді основні напрямки розвитку системи оплати праці у світовій практиці розкрито у роботі Мазіна А. Л. Автор розрізняє та аналізує три форми заробітної плати: відрядну, погодинну та безтарифну. Науковець визначає позитивні та негативні сторони кожної: відрядна оплата найбільш стимулює підвищення продуктивності праці, але призводить до травматизму і погіршення якості робіт; погодинна не стимулює підвищення продуктивності праці та не призводить до травматизму. Задля уникнення цих недоліків на підприємствах вдаються до застосування комбінованих форм оплати праці, згідно з якими на виробничому рівні встановлюють твердий тариф за відпрацьований час. Додатково формується змінна частина заробітку, що стимулює підвищення продуктивності праці. У цьому випадку межею відтворювального рівня заробітку стає стовідсоткове виконання норми праці або тарифний заробіток; остання частина стає стимулюючою.

Основними напрямками розвитку методів оплати праці є:

- зміна структури заробітної плати, за якою знижується частка основної заробітної плати і зростає частка змінної, стимулюючої частини, що коливається на рівні 10–50 % від річної заробітної плати;
- посилена диференціація заробітної плати залежно від рівня кваліфікації працівника. Так, у США за такою ознакою різниця в заробітках становить до 100 %. У Західній Європі цей розрив менший, але збільшуються ставки за освоєння суміжних професій, оволодіння новими спеціальностями; в Японії стимулюється переважно стаж роботи;
- розвиток групових систем стимулювання праці за пайовим принципом розподілу заохочувальних фондів між членами бригади за змішаною системою заробітної плати і розподілом її на постійну та змінну (преміювання з прибутку) [5].

Важливим напрямком розвитку методів стимулювання праці є поєднання методів матеріального та морального стимулювання персоналу.

Існують два види морального стимулювання: морально-матеріальне і морально-психологічне. До морально-матеріального належать нагороди, премії, подарунки, заохочувальні поїздки та ін. До морально-психологічного належать розміщення результатів конкретного працівника на дошці пошани, присвоєння почесного звання, грамоти від керівництва, публічне визнання заслуг, кар'єрне зростання та ін. [1; 4].

Поширеним різновидом мотивації персоналу є вручення пам'ятних подарунків. Так, генеральний директор компанії «Промислові силові машини» Андрій Медведєв на власному досвіді переконався, наскільки ефективним може бути такий підхід. Його заводським співробітникам таке почесне заохочення стало до вподоби [2].

Легенда світового бізнесу Річард Бренсон вирішив відповідати на листи своїх співробітників особисто. Гендиректор Armstrong Machine надає кожному співробітнику чеки особисто, цікавячись, чи немає проблем. У своїй роботі Стів Джобс запрошував підлеглих на тривалі прогулянки, під час яких у нього була можливість обговорити наявні проблеми або питання у невимушеній обстановці [5].

Форми і системи заробітної плати встановлюють зв'язок між розміром заробітку, кількістю та якістю праці, обумовлюють певний порядок її нарахування залежно від організаційних умов виробництва та результатів праці. На більшості підприємств існують дві основні форми оплати праці: погодинна і відрядна. Погодинною називають таку форму оплати праці, за якої заробітну плату працівникам нараховують за встановленою тарифною ставкою або окладом за фактично відпрацьований на виробництві час. Зважаючи на механізм оплати, погодинна форма стимулює передусім підвищення кваліфікації працівників і зміцнення дисципліни праці. Її зазвичай застосовують, якщо:

- працівник не може безпосередньо впливати на збільшення випуску продукції, що визначається насамперед продуктивністю машини, апарата або агрегату;
- відсутні кількісні показники оцінки продукції, використовувані для встановлення відрядної розцінки;
- відсутні умови правильного застосування норм праці [6].

Для погодинної форми оплати праці характерні дві основні системи заробітної плати: проста погодинна і погодинно-преміальна.



Відрядна форма оплати праці стимулює передусім поліпшення загальних кількісних показників роботи. Тому її застосовують на ділянках виробництва переважно з ручною працею. Саме за таких умов можна врахувати кількість і якість виробленої продукції, забезпечити збільшення обсягу виробництва й обґрунтованість установлених норм праці.

Відрядну форму заробітної плати найдоцільніше застосовувати за:

- наявності кількісних показників роботи, які безпосередньо залежать від конкретного працівника або його бригади;
- необхідності на певній ділянці стимулювати працівників до подальшого збільшення виробництва продукції або обсягів виконуваних робіт;
- можливості точного обліку обсягів і кількості виконуваних робіт;
- застосування технічно обґрунтованих норм праці [6].

За використання відрядної форми оплати праці зберігається небезпека зниження якості продукції, що випускається, порушення режимів технологічних процесів, погіршення обслуговування обладнання і його передчасного виходу з ладу, порушення вимог техніки безпеки, перевитрат матеріальних ресурсів.

Відрядну форму оплати праці розділяють на системи за способами:

- визначення відрядної розцінки: пряма, непряма, прогресивна, акордна, відрядна;
- розрахунків із працівниками: індивідуальні або колективні;
- матеріального стимулювання: з преміальними виплатами або без них.

Ці системи можуть застосовуватися одночасно. Найважливішою для стимулювання є система преміювання, поширеними показниками й умовами для працівників якої на вітчизняних підприємствах є:

- виконання й перевиконання виробничих завдань з випуску продукції та підвищення продуктивності праці;
- робота з технічно обґрунтованими нормами виробництва;
- зниження трудомісткості продукції, що випускається;
- зниження браку;
- здача продукції з першого подання [6].

Отже, доцільно доповнювати основний заробіток працівника, розрахований за почасово-преміальною системою, кількісними показниками, а розрахований за відрядно-преміальною системою – якісними показниками преміювання. Як показує досвід, преміювання доцільно здійснювати за двома-трьома одночасно застосовуваними показниками й умовами преміювання.

За побічно-відрядної системи заробітної плати для оплати праці допоміжних робітників, безпосередньо зайнятих обслуговуванням основних робітників, визначають побічно-відрядні розцінки, які розраховують, зважаючи на тарифну ставку допоміжного працівника і норми виробітку основного працівника, обслуговуваного допоміжним працівником.

За відрядно-прогресивної системи виготовлена продукція у межах установленої норми оплачується за звичайними розцінками, а понаднормова – за підвищеними. Акордна система заробітної плати передбачає встановлення певного обсягу робіт і загального розміру фонду заробітної плати за цей обсяг робіт. Гроші, передбачені на оплату праці, виплачуються після завершення всього комплексу робіт незалежно від термінів виконання. Така система заробітної плати стимулює передусім виконання всього комплексу робіт меншою кількістю працівників і у коротші терміни.

Однак, наведена теоретична характеристика форм і систем оплати праці сама по собі не дає конкретного уявлення про можливості побудови ефективної системи оплати праці працівників. Для вибору форми оплати праці й обґрунтування її ефективності слід вивчити специфіку організації конкретного підприємства.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Авраменко О. В.

Література: 1. Колот А. Теоретичні й прикладні аспекти впливу заробітної плати на мотивацію трудової діяльності. *Україна: аспекти праці*. 2000. № 8. С. 12–14. 2. Еськов А. Л. Мотивационный механизм в системе производственного менеджмента: проблемы и решения : монография. Донецк : ІЕП НАН України, 2005. 390 с. 3. Яковлев Р. А. Оплата труда на предприятии. М. : Центр экономики и маркетинга, 1999. 248 с. 4. Ковалев В. Н., Атаева Е. А., Фролов В. А. Использование долевого принципа оплаты труда персонала в мотивационном механизме предприятия. *Вісник Донбаської державної машинобудівної академії*. 2009. № 2 (16). С. 161–166. 5. Булеев И. П. Трансформация общества и экономика: опыт и перспективы : монография. Донецк : ІЕП НАН України, 2006.

336 с. 6. Ковалев В. Н., Рыжиков В. С., Еськов Л. Л. Экономика труда и социально-трудовые отношения : учебное пособие. Краматорск : ДГМА, 2006. 235 с.

ОСНОВНІ НАПРЯМИ ЗНИЖЕННЯ КРИЗИ НА ПІДПРИЄМСТВІ ЗА СУЧАСНИХ УМОВ

УДК 338.124:65.01

Тиндик Д. М.

Магістрант 1 року навчання
факультету менеджменту і маркетингу ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. Розглянуто сутність антикризового управління підприємством, конкретизовано його роль і значення. Узагальнено основні напрями зниження кризових ситуацій на підприємстві. Наведено їх характеристику, визначено сферу застосування за сучасних умов господарювання.

Ключові слова: підприємство, організація, фінанси, фінансовий стан, криза, антикризове управління, антикризова політика, антикризові заходи.

Аннотация. Рассмотрена сущность антикризисного управления предприятием, конкретизированы его роль и значение. Обобщены основные направления снижения кризисных ситуаций на предприятии. Приведена их характеристика, определена сфера применения в современных условиях хозяйствования.

Ключевые слова: предприятие, организация, финансы, финансовое состояние, кризис, антикризисное управление, антикризисная политика, антикризисные меры.

Annotation. The essence of the anti-crisis management of the enterprise is considered, its role and significance are specified. The main directions of reducing crisis situations at the enterprise are summarized. Their characteristics are given, the scope of application in modern economic conditions is determined.

Keywords: enterprise, organization, finance, financial state, crisis, crisis management, anti-crisis policy, anti-crisis measures.

На сьогодні розгляд питання антикризового управління є досить актуальним, оскільки будь-яка організація, що здійснює комерційну діяльність, функціонує за умов постійної трансформації внутрішнього та зовнішнього середовища. Іноді цими змінами зумовлено створення несприятливих умов для бізнесу, що в кінцевому рахунку може спричинити ліквідацію підприємства.

Основне завдання будь-якого керівника – не допустити помилок у своїй діяльності щодо управління організацією. Тому велике значення має вміння передбачати настання кризи, готуватися до неї, долати її наслідки. За таких умов зростає вплив людського фактора: застосування антикризових методик лише знижує ймовірність кризи, не виключаючи її повністю, тому важливо бути готовим до несподіванок. Необхідною умовою розуміння системи антикризового управління є визначення сутності конкретної проблеми [1].

Як і за будь-якої діяльності, цілісне розуміння проблеми збільшує шанси щодо вирішення несприятливої ситуації. Отже, кризою є крайнє загострення протиріч у соціально-економічній системі (підприємстві), що загрожує її стійкості в навколишньому середовищі. Сутність цього поняття закладена у розв'язанні проблем і конфліктів, які у ситуації, що склалася, неможливо розв'язати звичними методами. Розглянемо кілька варіантів розвитку подій і стратегії, що спрямовані на зниження кризових ситуацій [3].

1. Маркетингова стратегія має бути спрямована на підтримку і розвиток виробництва та продажів для задоволення потреб клієнтів, поліпшення інтелектуальних здібностей співробітників задля розробки нового асортименту продукції та якості цих товарів.



2. Політика повернення компанії на ринок передбачає появу компанії на колишньому ринку із власними продуктами або послугами, які не є новинкою для цього ринку і наявні в інших підприємств.

3. Політика становлення ринку, за застосування якої організація збільшує продажі власних продуктів і (або) послуг у результаті створення нових або створення ринків збуту [2].

4. Політика розробки продукту впроваджується створенням свідомо новітніх або трансформації продуктів, що випускаються, наявних на інших ринках.

5. Політика виходу з ринку (закриття компанії як суб'єкта господарювання), до якої вдаються після копіткого аналізу фінансової (продовження функціонування) та ліквідаційної вартостей.

6. Антикризова виробнича політика; для такого варіанта виконання кращою буде нова команда управлінців. Головною метою виробничого маркетингу за переломної ситуації є створення особливих умов і засобів, які забезпечують необхідний організаційно-технічний рівень виробництва, націленого на сприяння становленню ринкових відносин, що забезпечують вихід компанії зі стану кризи.

Основними способами є політика:

- вдосконалення якостей продукту;
- перебудови компанії;
- конфігурації номенклатури та асортименту продукції;
- збільшення економічної ефективності виробництва [6].

7. Антикризова фінансова політика – дослідження фінансової кризової політики організації, що є спрямованим на створення працюючої структури управління грошовими запасами, яка допоможе вирішити як стратегічні, так і тактичні питання діяльності.

8. Політика зростання ліквідності активів діє на підвищення вартості власного капіталу, а для цього необхідним є поліпшення стратегії діяльності підприємства.

9. Діяльність з оптимізації структури капіталу є орієнтованою на створення прийнятної пропорції боргу та власності, оптимізації витрат на залучений капітал і збільшення ринкової вартості підприємства [7].

10. Стратегія вдосконалення порядку обліку та контролю витрат є орієнтованою на контроль системи управлінського обліку в місцях зосередження інтересу вищої управлінської ланки, виявлення внутрішніх запасів, стратегічне й оперативне регулювання витрат і прибутку, зростання конкурентоспроможності підприємства.

11. Політика оптимізації вигоди передбачає посилення контролю рентабельності продукту та ціни операційних активів, використання можливостей цінової політики (арбітражного ціноутворення) та поліпшення асортиментної політики [4].

Таким чином, антикризове управління – це рання діагностика стану суб'єкта господарювання задля виявлення, попередження й усунення кризових явищ на підприємстві. Сучасний менеджер зобов'язаний бути постійно готовим до переломних ситуацій і мати план щодо їх подолання. Виникнення кризових явищ слід розглядати не як збіг подій, а як ситуацію, характерну для діяльності підприємства за умов ринкової економіки.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Гаврильченко О. В.

Література: 1. Богданова Т. А. Стратегия и тактика антикризисного управления фирмой / под ред. А. П. Градова, Б. И. Кузина. СПб. : Специальная литература, 2006. 512 с. 2. Гиляровский Л. Т., Соболев А. В. Комплексный подход к анализу и оценке финансового положения организации. *Аудитор*. 2007. № 4. С. 47–57. 3. Иванов В. Н., Выскребцов В. А. Правовые основы антикризисного управления в предпринимательской деятельности. М. : Мак-Центр, 2009. 280 с. 4. Карминский А. М., Оленев Н. И., Примаков А. Г., Фалько С. Г. Контроллинг в бизнесе: методологические и практические основы построения контроллинга в организациях. М. : Финансы и статистика, 2002. 256 с. 5. Малахов С. А. Финансовое состояние и поведение российских предприятий. *Вопросы экономики*. 2008. № 2. С. 51–56. 6. Нейман Е. Н. Диагностика кризиса в компании. *Консультант*. 2008. № 1. С. 32–35. 7. Самочкин В. Н. Гибкое развитие предприятия. Анализ и планирование : учебное пособие. М. : Дело, 2002. 220 с.



ПРОГНОЗУВАННЯ ФІНАНСОВОЇ СТІЙКОСТІ ПІДПРИЄМСТВ БУДІВЕЛЬНОЇ ГАЛУЗІ

УДК [005.521:658.14/.17]:69

Тичинський О. О.

Студент 4 курсу
фінансового факультету ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. Проаналізовано коефіцієнти фінансової стійкості досліджуваного підприємства. Із застосуванням методу аналізу часових рядів розроблено прогноз основних показників фінансової стійкості на майбутні періоди. Сформульовано висновки щодо шляхів покращення фінансової стійкості підприємства на наступні операційні цикли.

Ключові слова: підприємство, організація, фінанси, фінансова стійкість, метод аналізу часових рядів, прогнозування, поліноміальна залежність, тренд.

Аннотация. Проанализированы коэффициенты финансовой устойчивости исследуемого предприятия. С применением метода анализа временных рядов разработан прогноз основных показателей финансовой устойчивости на будущие периоды. Сформулированы выводы о путях улучшения финансовой устойчивости предприятия на последующие операционные циклы.

Ключевые слова: предприятие, организация, финансы, финансовая устойчивость, метод анализа временных рядов, прогнозирование, полиномиальная зависимость, тренд.

Annotation. Analyzed the coefficients of financial stability of the enterprise. Using the time series analysis method, a forecast of the main financial sustainability indicators for future periods has been developed. Conclusions are formulated on ways to improve the financial sustainability of an enterprise for subsequent operational cycles.

Keywords: enterprise, organization, finance, financial sustainability, time series analysis method, forecasting, polynomial dependence, trend.

За умов нестабільної економіки правильна оцінка стану фінансової стійкості підприємства є чи не найважливішою умовою його подальшої діяльності. Прогнозування фінансової стійкості дає змогу оцінити можливості підприємства у перспективі того, що воно має на меті.

Одним із найпоширеніших засобів прогнозування є побудова ліній тренду засобами Microsoft Excel на підставі точкової діаграми за фактичними даними минулих періодів. Ті чи інші якісні властивості розвитку виражають різні рівняння трендів. Microsoft Excel пропонує різні типи апроксимуючої залежності: лінійну, логарифмічну, поліноміальну, степеневу, експонентну, лінійну фільтрацію.

Проблемами оцінки фінансової стійкості підприємства та її прогнозування займалися і займаються вітчизняні науковці Шабліста Л. М., Білик М. Д., Крамаренко Г. О. Метод аналізу часових рядів висвітлено в багатьох працях зарубіжних науковців: Бокса Д., Дженкінса Г., Андерсона Т., Кендалла М., Панкраца А.

Метою написання статті є аналіз часових рядів, побудова моделі ряду, за допомогою якої можна пояснити поведінку ряду і здійснити прогноз на майбутні періоди.

Аналіз часових рядів є сукупністю математико-статистичних методів аналізу, призначених для виявлення структури часових рядів і для їх прогнозування. До них належать у тому числі і методи регресійного аналізу. Виявлення структури часового ряду необхідне для того, щоб побудувати математичну модель того явища, яке є джерелом аналізованого часового ряду. Прогноз майбутніх значень часового ряду використовують для прийняття зв'язаних рішень.

У загальному вигляді часовий ряд може бути поданий у вигляді

$$y \in f(T, S, C, E),$$

де T – основна тенденція, тренд;

S, C – сезонна і циклічна компоненти;

E – випадкові варіації [1].

Лінійний або нелінійний тренд є стійкою зміною рівня показника протягом тривалого часу. Сезонність характеризує стійкі міжкрокові коливання рівня показника, період яких відомий. Циклічна компонента описує циклічні процеси, параметри яких апріорі невідомі. Залежно від взаємозв'язку цих компонент може бути побудована як

адитивна, наприклад тренд-сезонна, так і мультиплікативна модель часового ряду, або їх комбінація. З арсеналу сучасних методів прогнозування економічних часових рядів досить часто затребуваними є поліноміальне або тригонометричне згладжування, апроксимація сплайнами, а також використання процесів авторегресії та ковзного середнього [3].

Частина дисперсії, яка пояснює регресію та показує ступінь адекватності моделі, називають коефіцієнтом детермінації, позначають R^2 .

Проаналізуємо та зробимо прогнозування коефіцієнта автономії ПрАТ «Трест Житлобуд-1» за 2012–2017 рр. у розрізі кварталів і побудуємо лінію тренду (рис. 1) [5].

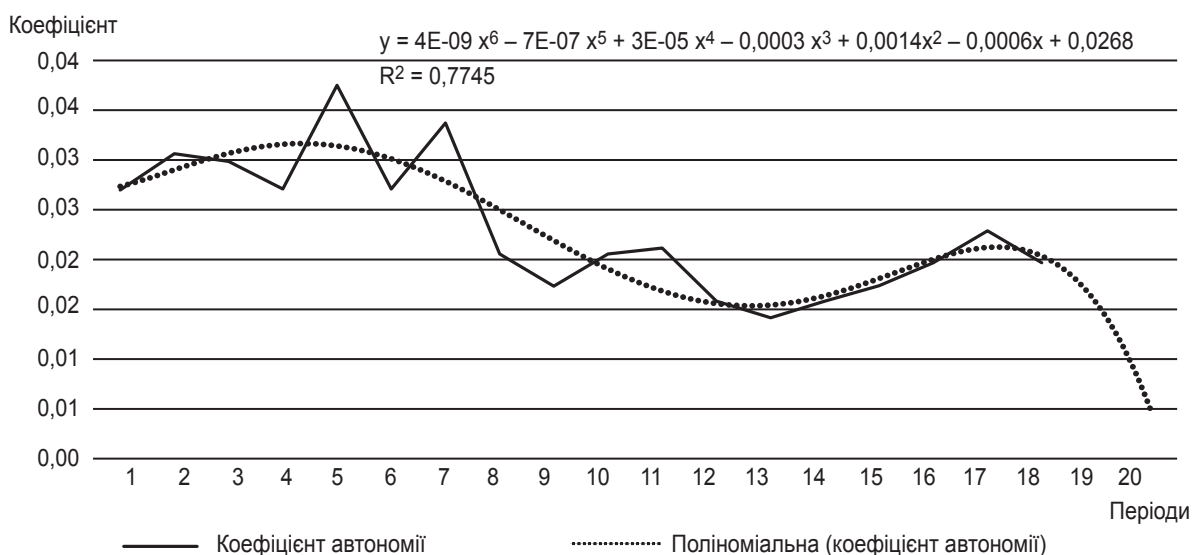


Рис. 1. Лінія тренду коефіцієнта автономії

Бачимо (рис. 1), що значення коефіцієнта автономії й надалі знижуватиметься, що є негативною тенденцією. Це також свідчить про вкрай слабку фінансову стійкість і високу залежність від зовнішніх кредиторів. Вважають, що в підприємство з низькою часткою власного капіталу кредитори менш охоче вкладають кошти, оскільки воно не може погасити борги за рахунок власних коштів.

Проаналізуємо та зробимо прогнозування щодо значення коефіцієнта фінансової залежності (рис. 2) [5].



Рис. 2. Лінія тренду коефіцієнта фінансової залежності

Коефіцієнт фінансової залежності є оберненим до попереднього коефіцієнта. Бачимо (рис. 2), що значення цього показника у майбутньому зростатиме, що також є негативною тенденцією, оскільки частка позикових коштів у фінансуванні підприємства зростає.

Далі проаналізуємо та зробимо прогнозування щодо значення коефіцієнта фінансового ризику (рис. 3) [5].



Рис. 3. Лінія тренду коефіцієнта фінансового ризику

Цей коефіцієнт показує співвідношення залучених коштів і власного капіталу, за ним здійснюють найзагальнішу оцінку фінансової стійкості. Коефіцієнт показує, скільки одиниць залучених коштів припадає на одиницю власних, є узагальнюючим при аналізі фінансової стійкості підприємства, його рекомендоване значення має не перевищувати 1. Зростання значення коефіцієнта свідчить про посилення залежності підприємства від зовнішніх інвесторів і кредиторів, тобто про зниження фінансової стійкості [4].

Далі проаналізуємо та зробимо прогнозування щодо коефіцієнта структури покриття довгострокових вкладень (рис. 4) [5].



Рис. 4. Лінія тренду коефіцієнта структури покриття довгострокових вкладень

Згідно із даними (рис. 4) можна зробити висновок, що коефіцієнт структури покриття довгострокових вкладень у майбутньому зростатиме. Збільшення цього показника в динаміці свідчить про посилення залежності підприємства від зовнішніх інвесторів. Водночас наявність подібного фінансування є ознакою добре розробленої стратегії підприємства.

Далі проаналізуємо та зробимо прогнозування щодо коефіцієнта маневреності власного капіталу (рис. 5) [5].

Коефіцієнт маневреності власного капіталу показує, яка частина власного капіталу в обігу, тобто у тій формі, яка дає можливість вільно маневрувати цими коштами, а яка є капіталізованою. З отриманих даних (рис. 5) можна



зробити висновок, що цей коефіцієнт у майбутньому зростатиме, але міра адекватності побудованої моделі становить 0,1585, що є дуже низьким значенням, тому не варто повністю покладатися на прогноз.



Рис. 5. Лінія тренду коефіцієнта маневреності власного капіталу

Таким чином, усі отримані з розрахунків показники фінансової стійкості за 2013–2017 рр. набагато відрізняються від рекомендованих значень у гірший бік. Спостерігаються негативні тенденції в динаміці, теж саме і з прогнозованими даними. Подальше вивчення питання залишається актуальним і потребує значної кількості досліджуваних періодів: для найбільш задовільного результату це значення має становити 50. Для покращення прогнозних значень коефіцієнтів фінансової стійкості можна рекомендувати підприємству зменшити запаси і витрати до нормального рівня; прискорити оборотність капіталу, вкладеного в оборотні активи; збільшити власні оборотні кошти за рахунок внутрішніх і зовнішніх джерел.

Науковий керівник – д-р екон. наук, професор Журавльова І. В.

Література: 1. Бокс Д., Дженкінс Г. Анализ временных рядов, прогноз и управление / пер. с англ. под ред. В. Ф. Писаренко. М. : Мир, 1974. 406 с. 2. Анализ часових рядів. URL: https://uk.wikipedia.org/wiki/Аналіз_часових_рядів. 3. Крамаренко Г. О., Чорна О. Є. Фінансовий менеджмент : підручник. Київ : Центр навч. літ., 2009. 522 с. 4. Білик М. Д., Павловська О. В., Притуляк Н. М., Невмержицька Н. Ю. Фінансовий аналіз : навч. посіб. Київ : КНЕУ, 2005. 592 с. 5. Мамонтова Н. А. Фінансова стійкість акціонерних підприємств і методи її забезпечення (на прикладі підприємств харчової промисловості) : автореф. дис. ... канд. екон. наук : 08.04.01. Київ, 2001. 18 с.



АНАЛІЗ ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ ВЛАСНИМ КАПІТАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА

УДК 658.152

Тішков Д. О.

Студент 4 курсу
фінансового факультету ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. Проведено аналіз ефективності управління власним капіталом вітчизняного підприємства на підставі структурного та коефіцієнтного аналізу із застосуванням методу таксономії. Виявлено недоліки у формуванні та використанні власного капіталу, запропоновано шляхи їх ефективного усунення.

Ключові слова: підприємство, організація, фінанси, фінансова стійкість, капітал, власний капітал, управління власним капіталом, таксономія, таксономічний аналіз.

Аннотация. Проведен анализ эффективности управления собственным капиталом отечественного предприятия на основании структурного и коэффициентного анализа с применением метода таксономии. Выявлены недостатки в формировании и использовании собственного капитала, предложены пути их эффективного устранения.

Ключевые слова: предприятие, организация, финансы, финансовая устойчивость, капитал, собственный капитал, управление собственным капиталом, таксономия, таксономический анализ.

Annotation. The analysis of the efficiency of managing the own capital of a domestic enterprise is carried out on the basis of a structural and coefficient analysis using the taxonomy method. The deficiencies in the formation and use of equity capital are revealed, and ways of their effective elimination are proposed.

Keywords: enterprise, organization, finance, financial stability, capital, equity, equity management, taxonomy, taxonomic analysis.

Однією з основних умов функціонування та економічного зростання підприємства будь-якої форми власності й організаційно-правової форми є наявність власного капіталу. Його достатній обсяг є основним джерелом, що сприяє ефективній діяльності, тобто забезпечує фінансову незалежність від зовнішніх інвесторів і кредиторів та фінансову стійкість, а також впливає на рівень конкурентоспроможності підприємства.

Ефективне управління власним капіталом підприємства пов'язане не лише із використання вже накопиченої його частини, але і з формуванням власних фінансових ресурсів, що забезпечують майбутній розвиток підприємства. У зв'язку із цим за сучасних умов обмеженості зовнішніх джерел фінансування та зниження рівня прибутку все більшої актуальності набуває питання якісного аналізу ефективності використання власного капіталу, який дозволяв би виявити основні проблеми формування й використання капіталу, а також розробити необхідні рекомендації щодо забезпечення сталого розвитку підприємства.

Аналіз літературних джерел засвідчує значний інтерес до теми ефективності управління капіталом підприємства з боку українських економістів. Так, у фаховій літературі це питання досліджували і досліджують Поддєрьогін А., Білик М., Павловська О., Буряк Л., Воробйов Ю., Соколов С., Шевчук Н., Харченко Н., Масюк Ю., Бровко Л. та ін. Однак, незважаючи на наявність численних теоретичних розробок, детальнішого розгляду потребують питання якісного аналізу ефективності управління власним капіталом підприємства.

Метою написання статті є проведення аналізу ефективності управління власним капіталом вітчизняного підприємства на підставі теоретичних і практичних аспектів досліджуваної проблематики.

За сучасних умов управління фінансовими ресурсами і власним капіталом зокрема є одним із найважливіших факторів ефективної діяльності підприємства. Головним поняттям, що характеризує власний капітал у системі управління, є його вартість. Усі рішення щодо управління власним капіталом повинні прийматися з точки зору впливу його на вартість підприємства в цілому. Як показує практика, зарубіжні та вітчизняні інвестори надають перевагу тим підприємствам, які ефективно формують власний капітал і управляють ним, забезпечуючи тим самим захист інтересів інвесторів і демонструючи ефект вкладених ними коштів.

У теоретичних розробках управління розглядають по-різному. У більшості випадків управління розглядають як процес, у якому суб'єкт управління, спираючись на певну інформацію, здійснює дії щодо структурних елементів системи задля переведення об'єкта управління в інший стан або як дії, спрямовані на врівноваження системи із зовнішнім середовищем та пристосування системи до змін зовнішніх умов [8].

Управління власним капіталом можна розглядати як систему узгодження елементів, задач і принципів, які регулюють процес розробки та прийняття рішень щодо власного капіталу, задля задоволення потреби у фінансових коштах за різними напрямками діяльності підприємства, а також оптимізації структури капіталу з позицій забезпечення умов його ефективного використання для збільшення вартості підприємства.

Управління формуванням і використанням капіталу підприємства потребує постійного відстеження змін у його розмірі та структурі. Це здійснюється шляхом ведення бухгалтерського обліку господарських операцій, що є пов'язаними зі змінами у розмірі та складі власного капіталу, і відображення відповідних даних у основних формах фінансової звітності підприємства, звіті про фінансовий стан, а також у звіті про власний капітал [9].

Аналіз ефективності управління власним капіталом пропонуємо проводити на прикладі одного з провідних українських підприємств у галузі обробної промисловості – ПАТ «Форез».

Першим кроком у проведенні аналізу власного капіталу підприємства є проведення структурного аналізу, заснованого на поданні бухгалтерської звітності у вигляді відносних величин, що характеризують структуру. Розраховують частку (питому вагу) показників в узагальнюючих підсумкових даних про власний капітал. За даними форми звітності «Баланс (звіт про фінансовий стан)» проведено розрахунок структури та динаміки власного капіталу підприємства ПАТ «Форез» за 2014–2016 рр. (табл. 1) [10].

Таблиця 1

Структура та динаміка власного капіталу підприємства ПАТ «Форез», 2014–2016 рр.

Показник	2014		2015		2016		Темп приросту у 2015, %	Темп приросту у 2016, %
	Сума, тис. грн	Питома вага, %	Сума, тис. грн	Питома вага, %	Сума, тис. грн	Питома вага, %		
Зареєстрований капітал	3921	67,42	3921	46,52	3921	42,97	0,00	0,00
Додатково вкладений капітал	2058	35,39	2058	24,42	2058	22,55	0,00	0,00
Резервний капітал	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0,00	0,00
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	163	2,80	2450	29,07	3146	34,48	106,65	22,12
Неоплачений і вилучений капітал	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0,00	0,00
Власний капітал, всього	5816	100,00	8429	100,00	9125	100,00	31,00	7,63

За результатами проведених розрахунків виявлено, що у структурі власного капіталу підприємства ПАТ «Форез» найбільш питому вагу має зареєстрований капітал, значення якого у 2015 р. становило 46,52 %, що менше, ніж у 2014 р. (67,42 %). Це пов'язано передусім зі збільшенням у структурі власного капіталу нерозподіленого прибутку, питома вага якого становила у 2015 р. 29,07 %. У 2016 р. питома вага зареєстрованого капіталу знизилася до 42,97 %, що також зумовлено збільшенням нерозподіленого прибутку на 696 тис. грн (22,12 %); загалом нерозподілений прибуток підприємства за 2014–2016 рр. зріс з 163 тис. грн до 3146 тис. грн. Значення додатково вкладеного капіталу за аналізований період не змінилося, однак, його питома вага у власному капіталі знизилася з 35,39 % до 22,55 %. Власний капітал підприємства зріс з 5816 тис. грн у 2014 р. до 9125 тис. грн у 2016 р. Ці дані свідчать про прибутковість підприємства ПАТ «Форез» і що воно має достатньо коштів для інвестування на розвиток виробництва [4; 10].

Наступним у аналізі ефективності управління власним капіталом є розрахунок відповідних коефіцієнтів. У економічній літературі є багато коефіцієнтів, які характеризують власний капітал. Для отримання об'єктивної оцінки управління власним капіталом підприємства доцільним є проведення аналізу за визначеними у таблиці показниками (табл. 2) [4].

Таблиця 2

Показники ефективності власного капіталу підприємства ПАТ «Форез», 2014–2016 рр.

Показник	Значення за роками			Темп приросту, %	
	2014	2015	2016	2015	2016
Коефіцієнт маневреності власного капіталу	0,36	0,61	0,31	41,0	-96,8
Коефіцієнт оборотності власного капіталу	1,06	1,09	1,93	2,8	43,5
Коефіцієнт автономії	0,66	0,63	0,44	-4,8	-43,2
Коефіцієнт рентабельності власного капіталу	0,04	0,02	0,08	-100,0	75,0
Коефіцієнт захисту власного капіталу	0,35	0,24	0,23	-45,8	-4,3
Коефіцієнт ризику власного капіталу	1,83	3,10	3,43	41,0	9,6
Коефіцієнт розвитку підприємства за рахунок самофінансування	-7,61	18,02	1,00	142,2	-1702

Для подальшого аналізу перерахованих показників доцільно скористатися методом таксономії, основою якого є побудова узагальнюючої оцінки. Цей метод набув широкого застосування в економіці, зокрема у процесі підведення підсумків роботи, оцінки виконання плану й аналізу фінансового стану суб'єктів господарювання. Він дає змогу систематизувати й аналізувати різні показники, що є необхідним для прийняття раціональних управлінських рішень.

Аналіз ефективності управління власним капіталом підприємства за застосування таксономічного аналізу дає змогу визначити інтегральний показник, який указує напрям і масштаби змін у використанні власного капіталу, а також отримати досить повну та неупереджену інформацію про стан і можливу динаміку цього показника.

Інтегральний показник розраховують за класичним алгоритмом таксономічного аналізу: формування матриці спостережень, стандартизація значень елементів матриці спостережень, ідентифікація вектора-еталона, визначення відстані між окремими спостереженнями і вектором-еталоном, розрахунок інтегрального коефіцієнта [11]. Розраховані дані інтегрального показника використання власного капіталу підприємства ПАТ «Форез» за 2014–2016 рр. подано на рис. 1 [5; 10].

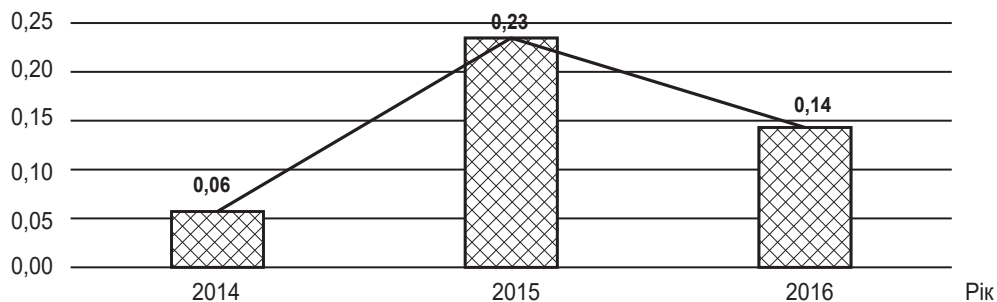


Рис. 1. Результати розрахунку інтегрального показника використання власного капіталу підприємства ПАТ «Форез», 2014–2016 рр.

Зауважимо, що чим більше інтегральний показник наближається до одиниці, тим вищою є ефективність використання власного капіталу. Бачимо (рис. 1), що значення показника у 2014–2015 рр. зросло з 0,06 до 0,23, однак, у 2016 р. значення показника знизилося до 0,14, що є для підприємства негативною тенденцією.

На погіршення ефективності управління власним капіталом у 2016 р. вплинуло зниження значення кількох показників, які характеризують ефективність власного капіталу.

Так, у 2016 р. підприємство ПАТ «Форез» збільшило оборотні активи, що вплинуло на зниження значення показника маневреності власного капіталу; збільшивши чистий прибуток, не змінило розміру резервного капіталу, що знизило тим самим значення показників розвитку підприємства за рахунок самофінансування та захисту власного капіталу [7; 10].

Отже, за результатами таксономічного аналізу за рівнем ефективності управління власним капіталом підприємство слід віднести до категорії проблемних. Керівництву необхідно сформувати ефективнішу систему управління капіталом, забезпечити тим самим фінансову стійкість підприємства, тобто можливість і безперервність господарської діяльності та зниження його фінансового ризику. Також підприємству ПАТ «Форез» слід звернути увагу на збільшення резервного капіталу, адже, зважаючи на зниження інтегрального показника ефективності власного капіталу та складну економічну і політичну ситуацію в країні, виникає потреба у фінансових ресурсах, що можуть бути спрямовані на покриття непередбачених витрат у випадку недостатнього прибутку чи збитків, а також на сплату боргів підприємства у разі його ліквідації [2].

Таким чином, власний капітал є необхідним атрибутом діяльності з моменту створення підприємства до його ліквідації чи реорганізації. Ефективне управління власним капіталом дає змогу збільшити фінансову стійкість підприємства та мінімізувати фінансові ризики. На прикладі підприємства ПАТ «Форез» проведено аналіз ефективності управління капіталом, що вмістив структурний і коефіцієнтний аналізи власного капіталу, а також застосування методу таксономії для визначення інтегрального показника, що свідчить про ефективність управління власним капіталом. Результати аналізу дали змогу виявити проблемні місця у формуванні й використанні власного капіталу підприємства та запропонувати напрями ефективного розв'язання наявних проблем.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Полтініна О. П.



Література: 1. Воробйов Ю. М. Особливості формування фінансового капіталу підприємств. *Фінанси підприємства*. 2002. № 2. С. 78–84. 2. Поддєрьогін А. М., Білик М. Д., Павловська О. В., Буряк Л. Д. Фінанси підприємств / за ред. А. М. Поддєрьогіна. Київ : КНЕУ, 2004. 460 с. 3. Соколов С. А. Формування та підвищення ефективності використання інвестиційних ресурсів підприємств : автореф. дис. ... канд. екон. наук : 08.06.01. Київ : КНЕУ, 2002. 19 с. 4. Шевчук Н. В. Управління формуванням і функціонуванням капіталу підприємства : автореф. дис. ... канд. екон. наук : 08.06.01. Київ : КНЕУ, 2004. 20 с. 5. Стоянова Е. С. Финансовый менеджмент: теория и практика. М. : Перспектива, 2003. 656 с. 6. Фомин П. А. Проблемы структуризации финансовых потоков в реальной экономике России : монография. М. : Высшая школа, 2000. 100 с. 7. Масюк Ю. В., Бровко Л. І. Особливості оптимізації управління капіталом в умовах кризи. *Науковий вісник Ужгородського університету*. 2011. № 33. С. 181–185. 8. Кірсанова Т. О., Коляда Н. О. Система управління власним капіталом підприємства. *Вісник Сумського державного університету*. 2010. № 1. С. 58–63. 9. Харченко Н. В. Управління власним капіталом акціонерного товариства. *Наукові праці Полтавської державної аграрної академії*. 2011. № 3. С. 273–278. 10. Агентство з розвитку інфраструктури фондового ринку України // Офіційний веб-сайт Агентства з розвитку інфраструктури фондового ринку України. URL: <http://www.smida.gov.ua>. 11. Айвазян С. А., Бежаева З. И., Староверов О. В. Классификация многомерных наблюдений. М. : Статистика, 1974. 240 с.



ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ КОСМЕТИЧНОЇ ГАЛУЗІ

УДК 338.414

Ткаленко Д. О.

Магістрант 2 року навчання
факультету менеджменту і маркетингу ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. Досліджено особливості формування інноваційної стратегії розвитку підприємств косметичної галузі. Конкретизовано етапи розробки інноваційної стратегії розвитку підприємств. Проаналізовано основні принципи формування стратегії розвитку підприємств косметичної галузі.

Ключові слова: підприємство, організація, фінанси, косметична галузь, підприємство косметичної галузі, інновація, стратегія, інноваційна стратегія.

Аннотация. Исследованы особенности формирования инновационной стратегии развития предприятий косметической отрасли. Конкретизированы этапы разработки инновационной стратегии развития предприятий. Проанализированы основные принципы формирования стратегии развития предприятий косметической отрасли.

Ключевые слова: предприятие, организация, финансы, косметическая отрасль, предприятие косметической отрасли, инновации, стратегия, инновационная стратегия.

Annotation. The essence of the concepts «productivity» and «labor productivity» is analyzed. Specified areas of increasing productivity The features of the formation of an innovative strategy for the development of enterprises in the cosmetic industry are investigated. The stages of the development of an innovative strategy for the development of enterprises are specified. The basic principles of the development strategy of the enterprises of the cosmetic industry are analyzed.

Keywords: enterprise, organization, finance, cosmetic industry, enterprise of cosmetic industry, innovation, strategy, innovation strategy.

Світовий ринок парфумерно-косметичних товарів є достатньо насиченим і дуже мінливим. Зростанням попиту на нові види товарів косметичного призначення зумовлено інтенсивне впровадження інновацій і підвищення темпів розвитку виробництва.

Дослідженням теоретичних і практичних аспектів стратегічного управління інноваційним розвитком підприємства займалися і займаються Водачек Л., Санто Б., Волков О., Гриньов А., Денисенко М., П'ятницька Г., Павленко І., Ткаченко В., Ястремська О. та ін.

Метою написання статті є теоретичне обґрунтування особливостей формування інноваційної стратегії розвитку на підприємствах косметичної галузі.

Для наочного подання особливостей упровадження інновацій у процесі розвитку косметичної промисловості побудовано схематичну модель постійного впровадження інновацій для поліпшення косметичної продукції (рис. 1) [3].

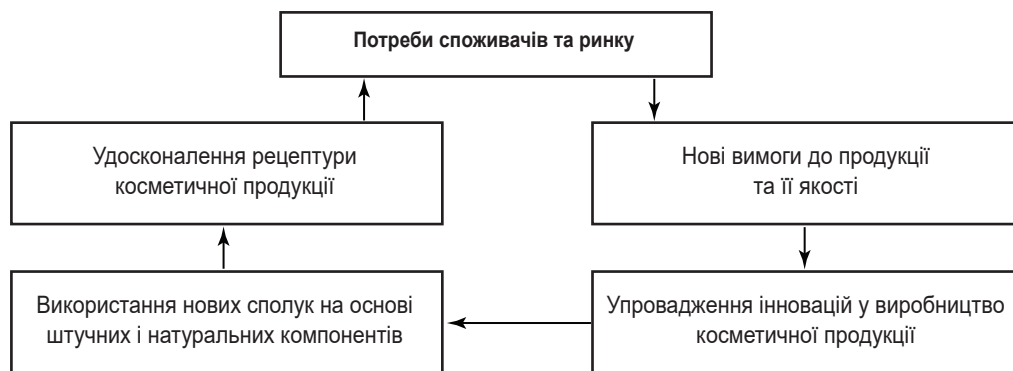


Рис. 1. Упровадження інновацій на підприємствах косметичної промисловості

Одним зі стратегічних напрямків ефективного розвитку є розвиток і застосування інновацій у косметичній промисловості. Усвідомлюючи перспективи інновацій, більшість провідних підприємств інвестують значні кошти у їх розвиток, упроваджуючи відповідні галузеві програми. Однак, саме косметологія є найбільш відкритою галуззю для їх використання. Тому проаналізовано особливості їх впровадження у вітчизняній косметичній галузі [4].

Серед головних особливостей розробки інноваційної стратегії розвитку на підприємствах можна виділити:

- специфіку методів ринкових досліджень, що передують розробці нововведень;
- поглиблення прогнозування майбутнього розвитку подій як результату інноваційної діяльності;
- різке збільшення обсягів перероблюваної інформації, безупинне її накопичення й аналіз задля обґрунтованого ухвалення управлінських рішень, своєчасного реагування на можливості та загрози, що з'являються на ринку;
- багатоваріантний характер прогнозів, оскільки, як правило, розвиток подій може відбуватися за кількома напрямками, ймовірності яких є різними;
- оцінку здатності підприємства сприймати інновації;
- детальний аналіз факторів ризику й оцінку ступеня їх впливу;
- ретельний добір методів і джерел фінансування інновацій із урахуванням детального аналізу альтернативних варіантів;
- тісне ув'язування цілей, етапів і термінів реалізації стратегії з прогнозованими параметрами стадій життєвого циклу нововведення;
- високі мобільність і адаптивність стратегії, можливість її оперативної переорієнтації щодо змін умов зовнішнього та внутрішнього середовища господарювання;
- необхідність оцінки інноваційної стратегії за комплексом різних критеріїв, кожний із яких ураховує різні фактори, що підвищує точність оцінки, знижує ймовірність упущення чогось [2; 3].

Розробка стратегії передбачає послідовні етапи:

- розробки цілей;
- стратегічного аналізу;
- вибору інноваційної стратегії;
- реалізації інноваційної стратегії [4].



Основним принципом формування інноваційної стратегії розвитку у косметичній галузі є максимальне використання сильних сторін підприємства, що забезпечують переваги порівняно з конкурентом. Основним принципом формування стратегії розвитку підприємства є максимальне використання внутрішніх резервів організації та послідовне усунення слабких сторін, що є вузькими місцями на шляху досягнення цілей [5].

Таким чином, основними особливостями формування інноваційної стратегії розвитку на підприємствах косметичної галузі є чітке формулювання потреб споживачів, які саме нові якості мають бути в продукції. Вже на підставі цього можна говорити про те, які саме інновації є необхідними для досягнення такої мети. Використовуючи сучасні інноваційні технології виробництва косметологічної продукції, можна задовольнити потреби споживачів, виробляти нові продукти, розробляти найсучасніші рецептури продукції.

Науковий керівник – д-р екон. наук, професор Мартиненко М. В.

Література: 1. Виханский О. С. Стратегическое управление. М. : Гардарика, 1998. 324 с. 2. Ильенкова С. Д., Гохберг Л. М., Ягудкин С. Ю. Инновационный менеджмент : учебник для вузов. М. : Банки и биржи ; Юнити, 1997. 328 с. 3. Ілляшенко С. М. Управління інноваційним розвитком: проблеми, концепції, методи : навч. посіб. Суми : Університетська книга, 2003. 278 с. 4. Микитюк П. П., Крисько Ж. Л., Овсянюк-Бердадіна А. Ф., Скочиляс С. М. Інноваційний розвиток підприємства : навч. посіб. Тернопіль : Принтер Інформ, 2015. 224 с. 5. Шульгіна Л. М., Юхименко В. В. Інноваційний розвиток підприємств : формування стратегій : монографія. Київ : Univest PrePress, 2015. 212 с.



СУТНІСТЬ ІННОВАЦІЙНОЇ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА

УДК 338.414

Ткаленко Д. О.

Магістрант 2 року навчання
факультету менеджменту і маркетингу ХНЕУ ім. С. Кузнеця

***Анотація.** Проаналізовано підходи вітчизняних науковців до визначення сутності інноваційної стратегії розвитку підприємства. Визначено основні принципи формування стратегії розвитку підприємства.*

***Ключові слова:** підприємство, організація, фінанси, інновація, стратегія, інноваційна стратегія.*

***Аннотация.** Проанализированы подходы отечественных ученых к определению сущности инновационной стратегии развития предприятия. Определены основные принципы формирования стратегии развития предприятия.*

***Ключевые слова:** предприятие, организация, финансы, инновация, стратегия, инновационная стратегия.*

***Annotation.** Analyzed the approaches of domestic scientists to the definition of the essence of the innovative strategy of enterprise development. The basic principles of the formation strategy of the enterprise are determined.*

***Keywords:** enterprise, organization, finance, innovation, strategy, innovation strategy.*



Забезпечення конкурентоспроможності організації в довгостроковій перспективі ґрунтується на інноваціях у економічній, виробничій, маркетинговій, соціальній, управлінській та інших сферах. Для планування й упровадження інновацій розробляються інноваційні стратегії, що є спрямованими на пошук найперспективніших напрямів розвитку організації, випуску нових видів продукції та послуг з використанням наукових досліджень і передових технологій, що забезпечують ефективне використання ресурсів.

Дослідженням теоретичних і практичних аспектів стратегічного управління інноваційним розвитком підприємства займалися і займаються Водачек Л., Санто Б., Волков О., Гриньов А., Денисенко М., П'ятницька Г., Павленко І., Ткаченко В., Чубай В., Юданов А., Ястремська О. та ін. Однак, і нині існує неузгодженість думок щодо сутності й особливостей інноваційної стратегії, чим зумовлено актуальність теми дослідження.

Метою написання статті є систематизація й узагальнення підходів до визначення сутності поняття інноваційної стратегії розвитку підприємства.

Стратегічне управління характеризується значною різноманітністю та наявністю різних поглядів на процес побудови стратегії. Велику роботу з класифікації й аналізу різних шкіл стратегій проведено науковцем Мінцбергом Г. На підставі праць Мінцбергома Г. та інших науковців можна визначити десять шкіл управлінської думки, які описують стан і визначають нові підходи до розробки стратегії підприємства [4].

На підставі узагальнення й систематизації визначатимемо стратегічне управління інноваційним розвитком підприємства як процес розробки та реалізації концепції, яка є основою для прийняття ключових управлінських рішень щодо бажаного рівня інноваційного розвитку, допустимих ризиків, методів інноватизації та приведення у відповідність наявних можливостей шляхом розробки й реалізації системи стратегій за напрямками інноваційного розвитку підприємства. Напрямок або комбінація напрямів інноваційного розвитку кожного конкретного підприємства визначатиметься залежно від багатьох факторів, як внутрішніх, так і зовнішніх, а також виду його економічного розвитку [6].

Визначення різними науковцями сутності поняття інноваційної стратегії розвитку підприємства подано в табл. 1 [2–3; 5–7; 9; 11].

Таблиця 1

Визначення різними науковцями сутності поняття інноваційної стратегії розвитку підприємства

Автор	Визначення
Шацька Е. Ш. [9]	Розробка системи планових дій, що є спрямованими на досягнення цілей інноваційного розвитку підприємства шляхом створення сприятливого інноваційного середовища або вигідного пристосування до нього, базуючись на акумулюванні, використанні й оптимізації ресурсів підприємства, результатом чого має стати підвищення якості продукції, конкурентоспроможності підприємства, зниження витрат
Щепкіна Н. М. [11]	Планування та реалізація заходів щодо досягнення поставлених цілей, виражених у конкретних числових параметрах; ці заходи є спрямованими на посилення ринкових позицій підприємства шляхом виготовлення та реалізації інноваційних продуктів і впровадження нових технологій і процесів
Кравченко О. О. [6]	Система планових і прогнозованих дій, що є спрямованими на використання повного інноваційно-технологічного циклу для досягнення певних цілей; кожна обрана стратегія має пристосовуватися до змінюваних умов
Князєва О. А. [5]	Науково обґрунтована система розвитку суб'єкта підприємницької діяльності, що, використовуючи наявний ресурсний потенціал, здатна забезпечити стабільний інноваційно-активний розвиток суб'єкта в конкурентному середовищі
Гриньов А. В. [3]	Система довгострокових концептуальних установок розподілу ресурсів у разі зміни зовнішніх і внутрішніх умов функціонування
Ганієва А. Р. [2]	Спосіб досягнення цілей інноваційного розвитку підприємства, сукупність певних дій, що є спрямованими на ефективне використання наявного інноваційного потенціалу підприємства задля створення й упровадження нових продуктів, технологій, заходів організаційно-управлінського характеру, що сприяють розвитку підприємства й суспільства в цілому
Кудирко О. М. [7]	Розрахована на перспективу система дій суб'єкта економіки, що забезпечує реалізацію мети, завдань і пріоритетів моделі його інноваційного розвитку з урахуванням ендогенних і екзогенних факторів для досягнення ринкового успіху та набуття конкурентоспроможності

На підставі проведеного аналізу можна згрупувати визначення науковців за такими ключовими ознаками стратегії, як мета і сутність. Мету інноваційної стратегії розвитку підприємства вчені визначають як досягнення цілей інноваційного розвитку, досягнення поставлених цілей, досягнення певних цілей, стабільний інноваційно-активний розвиток, створення й упровадження нових продуктів, технологій, досягнення мети і виконання завдань інноваційного розвитку. Бачимо, що науковці по-різному підходять до визначення ключової мети стратегії, але в частині з них відсутня чітка мета, яка враховує інноваційну складову. Водночас сутність інноваційної стратегії розвитку підприємства визначають як розробку системи планових дій, систему планових і прогнозованих дій, науково обґрунтовану систему розвитку, систему довгострокових концептуальних установок, спосіб досягнення

цілей інноваційного розвитку підприємства, розраховану на перспективу систему дій. Незважаючи на розбіжність думок, більшість науковців визначають її через систему планових дій. Зауважимо, що, хоч науковці по-різному називають стратегію: «стратегія інноваційного розвитку підприємства» або «інноваційна стратегія», але по суті вони визначають одне й те саме [1–11].

Таким чином, зважаючи на наведені підходи, пропонуємо взяти за основу розуміння інноваційної стратегії розвитку підприємства як системи дій, основною метою яких є досягнення безперервного та прогресивного розвитку підприємства, заснованого на створенні, упровадженні, комерціалізації інновацій, що у довгостроковій перспективі забезпечать підвищення конкурентоспроможності підприємства.

Науковий керівник – д-р екон. наук, професор Мартиненко М. В.

Література: 1. Виханский О. С. Стратегическое управление. М. : Гардарика, 1998. 324 с. 2. Ганієва А. Р. Формування інноваційної стратегії розвитку підприємств целюлозно-паперової промисловості : дис. ... канд. екон. наук : 08.06.01. Київ, 2005. 21 с. 3. Гриньов А. В. Стратегія інноваційного розвитку підприємства : автореф. дис. ... д-ра екон. наук : 08.06.01. Донецьк, 2004. 36 с. 4. Ілляшенко С. М. Управління інноваційним розвитком: проблеми, концепції, методи : навч. посіб. Суми : Університетська книга, 2003. 278 с. 5. Князева О. А. Інноваційний розвиток підприємств поштового зв'язку: теорія, методологія, практика : автореф. дис. ... д-ра екон. наук : 08.00.04. Одеса, 2002. 17 с. 6. Кравченко О. О. Інноваційний розвиток та структурні зміни в економіці : автореф. дис. ... канд. екон. наук : 08.00.01. Київ, 2001. 21 с. 7. Кудирко О. М. Формування економічної стратегії інноваційного розвитку підприємств харчової промисловості : дис. ... канд. екон. наук : 08.06.01. Київ, 2005. 253 с. 8. Микитюк П. П., Крисько Ж. Л., Овсянюк-Бердадіна А. Ф., Скочилас С. М. Інноваційний розвиток підприємства : навч. посіб. Тернопіль : Принтер Інформ, 2015. 224 с. 9. Шацька Е. Ш. Стратегія інноваційного розвитку підприємств виноградарства і плодівництва Автономної республіки Крим : автореф. дис. ... канд. екон. наук : 08.00.04. Суми, 2010. 22 с. 10. Шульгіна Л. М., Юхименко В. В. Інноваційний розвиток підприємств : формування стратегій : монографія. Київ : Uninvest PrePress, 2015. 212 с. 11. Щепкіна Н. М. Стратегія інноваційного розвитку підприємств металургійної промисловості : автореф. дис. ... канд. екон. наук : 08.00.04. Маріуполь, 2010. 22 с.

ПОГЛИНАЧІ ЧАСУ ТА МЕТОДИ БОРОТЬБИ З НИМИ

УДК 37.032.2

Ткачук І. В.

Магістрант 1 року навчання
факультету економічної інформатики ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. Досліджено проблему дефіциту часу. Висвітлено сутність понять «хронофаги», або «поглиначі часу». Наведено їх перелік і класифікацію, проаналізовано причини виникнення та способи виявлення. Розкрито сутність поглиначів часу, конкретизовано їх вплив на особистісне зростання. Запропоновано методи боротьби із поглиначами часу.

Ключові слова: особистісне зростання, дефіцит часу, хронофаги, поглиначі часу, хронометраж.

Аннотация. Исследована проблема дефицита времени. Освещена сущность понятий «хронофаги», или «пожиратели времени». Приведены их перечень и классификация, проанализированы причины возникновения и способы обнаружения. Раскрыта сущность поглотителей времени, конкретизировано их влияние на личностный рост. Предложены методы борьбы с поглотителями времени.



Ключевые слова: *личностный рост, дефицит времени, хронофаги, поглотители времени, пожиратели времени, хронометраж.*

Annotation. *The problem of time shortage is investigated. The essence of the concepts of «chronophages», or «time eaters» is highlighted. Their list and classification are given, the causes and methods of detection are analyzed. The essence of time sinks is revealed, their influence on personal growth is specified. The proposed methods of dealing with time sinks.*

Keywords: *personal growth, lack of time, chronophages, time absorbers, time eaters, timing.*

Зростаючі темпи життя, кількості турбот, зобов'язань і завдань породжують одну з основних проблем сьогодення – брак часу. Масовість цього феномена стала фундаментальною основою виникнення бізнес-науки – тайм-менеджменту (англ. time management), що вивчає технологію організації часу й підвищення ефективності його використання. У цій галузі найширше розповсюдження отримали роботи, дослідження та підходи зарубіжних і вітчизняних науковців Кові С., Зайверта Л., Меллера К., Дойля П., Попова Г., Гастєва О., Керженцева П. та ін.

Відомий вислів Бенджаміна Франкліна «Time is Money» донедавна сприймали як аксіому. Однак, XXI ст. змінило пріоритети, поставивши під сумнів цю істину. Сьогодні, за словами одного з кращих аналітиків і практиків брендингу Гобе М., час стає дорожчим, ніж гроші. Матеріалістична, кількісна установка «Time is Money» перетворюється на якісну «Time is Life». Витрачені гроші можна повернути, а час – ніколи. Якщо хто-небудь намагатиметься украсти у вас гроші, ви цьому перешкоджатиме. Якщо хтось намагатиметься вкрасти у вас дві години часу, більшість не буде проти. «Єдині злодії, яких у нашому суспільстві не карають, – це викрадачі часу», – говорив ще Наполеон [1].

Одним із ключових термінів тайм-менеджменту є поглиначі часу, чи хронофаги (з грец. χρόνος – час, φάγομαι – буду їсти), який означає будь-які об'єкти, які заважають і відволікають від основної діяльності (роботи чи запланованих справ).

Проблеми з концентрацією є справжньою трагедією сучасного суспільства: усе більше людей скаржаться на швидку втому, відволікання та нездатність концентруватися на важливій задачі. Це може бути як наслідком багатозадачності та інформаційних перевантажень, так і результатом роботи поглиначів часу.

Зайверт Л. виділяє тридцять найістотніших поглиначів часу, серед яких нечітка постановка цілі, відсутність пріоритетів у справах, спроба занадто багато зробити за один раз, відсутність повного уявлення про майбутні задачі та шляхи їх розв'язання, погане планування робочого дня, особиста неорганізованість, надмірне читання, погана система досьє, недолік мотивації (індиферентне ставлення до роботи), пошуки записів, пам'ятних записок, адрес, телефонних номерів, недоліки кооперації або розподілу праці, відривають від справ телефонні дзвінки, незаплановані відвідувачі, нездатність відмовити, неповна чи неактуальна інформація, відсутність самодисципліни, невміння довести справу до кінця, відволікання (шум), затяжні наради, недостатня підготовка до бесід і обговорень, відсутність зв'язку (комунікації) або неточний зворотний зв'язок, балаканина на приватні теми, зайва комунікабельність, надмірність ділових записів, синдром відкладання, бажання знати всі факти, тривалі очікування, поспіх, дуже рідке делегування справ, недостатній контроль за передорученими справами. Насправді, поглиначів часу набагато більше, у кожної людини індивідуальний їх набір. Цікаво, що навіть позитивні справи можуть бути хронофагами за принципом Гіпократата: «Яд чи ліки – вирішує доза» [2].

Одним з основних способів виявлення хронофагів є хронометраж – вивчення витрат часу шляхом фіксації та замірів тривалості виконуваних дій [3]. Для інвентаризації часу науковцями та практиками розроблено чимало методик обліку часу, найвідомішими серед яких є картка щоденного обліку часу Гастєва А., хронокарти Керженцева П., АВС-хронометраж, щоденний облік часу Федорова А. за допомогою таблиць Excel, фотографія робочого тижня, хронометраж за Архангельським Г., журнал часу й аналіз щоденних перешкод часу. Остання найбільшою мірою спрямована на виявлення поглиначів часу й аналіз їх впливу.

Усі хронофаги умовно розподіляють на дві категорії: контрольовані – ті, які залежать від самої людини, і неконтрольовані – ті, які виникають не з власної волі. Останні, у свою чергу, бувають прогнозованими та непрогнозованими [4]. Неможливо якось вплинути на непрогнозовані, адже вони є несподіваними та найчастіше одноразовими (наприклад вихід з ладу принтера). Неконтрольовані, але прогнозовані, можна використовувати з користю, займаючись чимось іншим значущим. Так, Любищев О., автор однієї з методик обліку часу, ефективно використовував час, який витрачав на дорогу до роботи: у нього завжди був запас книг кишенькового формату. У транспорті він опанував англійську, німецьку, італійську та французьку [5].

Неконтрольовані хронофаги – це втручання ззовні: товариші по службі, які дістають питаннями, електронні листи, на які ви не плануєте відповідати, або, наприклад, будівництво біля офісу, де робочі змагаються, хто голосніше вдарить молотком по листу заліза тощо. Цілковитій корекції підлягають контрольовані хронофаги – спокуси: бажання відволіктися на щось несуттєве, коли намагаєтесь впоратися зі складним завданням, інтерес до нового контенту підписників у соціальних мережах тощо [6].

Якщо розглядати проблему з точки зору спокус і втручань, позначаємо її як щось, що прийшло ззовні, – тому і вирішення є відповідним: заблокувати відволікаючі сайти, надіти шумоізолюючі навушники, розігнати докучливих колег. Але є причина, чому всі ці методи не дуже працюють або не допомагають надовго. Справжній винуватець – не зовнішні подразники, а внутрішнє бажання уникнути концентрації на тому, що є найважливішим [6].

Боротьба з поглиначами часу розпочинається з визначення та прийняття власної глобальної мети, адже ніщо не відволікатиме від запланованих справ правильно мотивовану людину. Щоб використовувати кожний момент життя з користю, необхідно прислухатися до себе, своїх справжніх бажань і задуматися про те, що саме допомагає їх якнайшвидшому досягненню, а що лише відтягує момент реалізації. У такому випадку чимало з перерахованих поглиначів стануть незначними і самі по собі припинять своє існування. З іншими ж можна боротися за допомогою деяких прийомів тайм-менеджменту.

Моруа А. у «Листах незнайомці» пише: «Хронофаги – це найчастіше людина, у якої немає справжньої справи і яка, не знаючи, як вбити свій час, вирішує заповнити своє дозвілля, пожираючи ваш. Не сподівайтесь задобрити хронофага, давши йому поглинути частку вашого часу, він ненаситний. Звідси мораль: тримайтеся з хронофагами твердо і нещадно винищуйте їх. М'якістю та педантичністю нічого не доб'єтесь. Навпаки, ці якості створюють мікроклімат, у якому хронофаги процвітають».

Розглянемо детальніше найпопулярніші поглиначі часу, які так чи інакше є в кожній людині, а також методи боротьби з ними.

Життєвий хаос. Хаос – це те, що забирає час унаслідок невміння визначити ціль, вибудувувати задачі за пріоритетністю, оцінити власні можливості. Ці фактори виражають невміння оптимізувати роботу та стають перешкодою швидкого, ефективного й якісного виконання завдань. Для викорінення таких поглиначів часу слід навчитися чітко визначати собі цілі й обмежувати час на їх досягнення, складати плани на день і триваліші періоди, визначати важливість задач (за матрицею пріоритетів Ейзенхауера Д.), опанувати методику управління часом – метод «Альпи». Плануючи ймовірні втрати часу, поступово людина нейтралізує негативний вплив цього явища в повсякденному житті.

Особиста неорганізованість – це і безлад робочого простору, погана система досьє, пошуки записів, пам'ятних записок, адрес, телефонних номерів. Раптова необхідність у якомусь документі може виявитись проблемою та спричинити значні витрати часу на його пошук, якщо інформація знаходиться в різних місцях і не структурована ні за якими логічними ознаками [2].

У подоланні неорганізованості допоможе сортування документів і розподіл усієї інформації відповідно до продуманої структури, запис нотаток у певному місці. Доцільним є принцип не зберігати візитні картки, а вносити всі контактні дані відразу в єдину базу, адже знайти в електронному форматі значно простіше. Налаштуйте електронну пошту, зокрема фільтрацію листів, щоб нові повідомлення автоматично розподілялися по окремих папках. Готуйтеся до будь-якої зустрічі або наради заздалегідь.

Надмірна комунікабельність з власної волі чи через невміння відмовити, розмови на приватні теми так чи інакше пагубно впливають на розподіл вільного часу. Інколи можна дозволити собі довше поговорити з приємним співрозмовником. Однак, коли розмова нецікава, некорисна, нав'язлива, коли існують інші турботи, спілкування необхідно мінімізувати. Скорочення чи відмова від такого типу бесід є одним із найпростіших і найнадійніших способів заощадити час на продуктивні робочі процеси.

Для ефективної боротьби з надмірною комунікабельністю слід виховати в собі стриманість, освоїти технологію конструктивної відмови.

Синдром відкладання. На практиці прокрастинація виявляється в тому, що людина, усвідомлюючи необхідність виконання цілком конкретних важливих справ (наприклад посадових обов'язків), відволікається на різні побутові дрібниці, незначні механічні робочі процеси, розваги тощо. Психологи вважають, що це явище пов'язане з тривогою, що виникає у разі започаткування або завершення завдань, які здаються складними або неприємними, прийняттям рішень. Зазвичай співробітник, який піддався цій недужі, постійно все важливе відкладає «на потім». Коли ж виявляється, що крайній термін незабаром настане чи минув, намагається зробити все відкладене «ривком», за нереально короткий проміжок часу. У результаті справи або не виконуються, або виконуються неякісно, із запізненням і не вповні. Щоб перемогти прокрастинацію, доцільно дробити складну задачу на кілька менших і легших [6].

Відволікання, або так званий шум. Щоденні потоки інформації перетворюють здатність до концентрації уваги на одну з найрідкісніших якостей ХХІ ст. За часів інформаційно-технологічної революції стрімко розвиваються різноманітні засоби зв'язку. Нині майже вся молодь і більшість людей зрілого віку мають електронну пошту, зареєстровані у соціальних мережах, активно користуються месенджерами. Сповідання про листи, що раптово приходять на пошту, повідомлення у соціальних мережах, незаплановані телефонні розмови розсіюють увагу. Тому доводиться концентруватися на виконанні завдання повторно, додатково витрачаючи час. Соціальні мережі викликають залежність, унаслідок чого людина відвідує їх незалежно від наявності потреби. Інтернет як глобальна мережа знань, різного медіа-контенту, розваг має властивість безконтрольного провадження часу.



Ефективними методами боротьби з «шумом» є робота з власною силою волі: слід телефонувати виключно у справах, заходити у соціальні мережі лише за потреби. Щоб перегляд сторінок у соціальних мережах не забирав час, необхідно встановити ліміт на читання новин і листування й суворо дотримуватися його. Це стосується також серфінгу в мережі Інтернет. Сповіщення про нові листи бажано відключити, а переглядати їх у відведений і лімітований час [4; 6].

Таким чином, поглиначі часу є небезпечними ворогами сучасної людини. Якщо неможливо повністю виключити втрати часу, потрібно хронофаги просто занести у розпорядок дня як неминуче явище. Завжди слід пам'ятати, що час – вичерпний ресурс, його не повернути. Тому до питання витрачання свого часу потрібно підходити свідомо, щоб згодом не шкодувати.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Лугова В. М.

Література: 1. Зайверт Л. Если спешишь – не торопись: новый тайм-менеджмент в ускорившемся мире: семь шагов к эффективности и независимости в использовании времени / пер. с нем. Н. С. Сироткина. М. : АСТ ; Астрель, 2007. 256 с. 2. Зайверт Л. Ваше время – в Ваших руках: советы деловым людям, как эффективно использовать рабочее время. М. : Интерэксперт ; Инфра-М, 1995. 268 с. 3. Архангельский Г. А., Лукашенко М. А., Телегина Т. В., Бехтерев С. В. Тайм-менеджмент : учебное пособие / под ред. Г. А. Архангельского. М. : Альпина Паблишер, 2012. 312 с. 4. Поглотители времени – хронофаги. URL: <https://timepost.ru/poglotiteli-vremeni-xronofagi.html>. 5. Как советский профессор сэкономил время и вошел во все учебники по тайм-менеджменту. URL: <https://www.ul.kr.ru/daily/26670/3692257>. 6. Макеева Н. Страшное слово «хронофаг», или Борьба с поглотителями времени. *Управление персоналом*. 2013. № 6. С. 28–30.



МАТРИЦЯ ФІНАНСОВИХ СТРАТЕГІЙ ПРАТ «СЕНТРАВИС ПРОДАКШН ЮКРЕЙН»

УДК 65.012.23

Товстоног Т. А.

Магістрант 1 року навчання
фінансового факультету ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. Із застосуванням матриці фінансових стратегій Франшона Ж. та Романе І. оцінено фінансову діяльність підприємства ПрАТ «Сентравіс Продакшн Юкрейн». За результатами запропоновано напрямки коригування фінансового розвитку підприємства задля поліпшення його фінансового стану.

Ключові слова: підприємство, організація, фінанси, фінансовий стан, фінансова рівновага, матричний аналіз, стратегія фінансових рішень, матриця Франшона–Романе.

Аннотация. С применением матрицы финансовых стратегий Франшона Ж. и Романе И. оценена финансовая деятельность предприятия ЗАО «Сентравис Продакшн Юкрейн». По результатам предложены направления корректировки финансового развития предприятия для улучшения его финансового состояния.

Ключевые слова: предприятие, организация, финансы, финансовое состояние, финансовое равновесие, матричный анализ, стратегия финансовых решений, матрица Франшона–Романе.

Annotation. Using the matrix of financial strategies of Franchona J. and Romane I., the financial activity of the company ZAO Centraviv Production Ukraine was evaluated. According to the results, the proposed directions for adjusting the financial development of the enterprise to improve its financial condition.

Keywords: enterprise, organization, finances, financial condition, financial equilibrium, matrix analysis, strategy of financial decisions, Franchona–Romane matrix.

За нестабільного політичного та економічного стану держави, швидкої зміни умов ведення бізнесу для багатьох підприємств є актуальними зміна та коригування фінансової стратегії. Для підприємств, які мають порушений фінансовий стан і перебувають у кризі, це питання є особливо гострим. Реагування на зміну умов господарювання має бути своєчасним, оскільки інакше це може призвести до банкрутства.

Застосування матриці фінансових стратегій Франціона–Романе як інструменту стратегічного менеджменту дає змогу визначити попередні та поточний фінансовий стан, простежити тенденції розвитку й окреслити можливі альтернативи для покращення або підтримання існуючого становища.

Дослідженням питань стратегічного управління займалися і займаються Бланк І., Ансофф І., Гриньов А., Журавльова І., Ткачук І. та ін.

Метою написання статті є визначення поточного фінансового стану й окреслення можливих напрямів розвитку підприємства для розробки подальшої стратегії.

Для визначення поточного стану та варіантів розвитку визначимо позиціонування суб'єкта господарювання за матрицею Франціона–Романе. Метод Франціона–Романе ґрунтується на розрахунку трьох показників: результату господарської діяльності, результату фінансової діяльності та результату фінансово-господарської діяльності.

Результат господарської діяльності (РГД) є сумою коштів, що залишається у розпорядженні підприємства після фінансування виробничого розвитку. Якщо результат господарської діяльності є додатним, підприємство забезпечує реалізацію принципу самофінансування свого розвитку, від'ємним – підприємство залучає позикові ресурси для фінансування своїх виробничих потреб, оскільки власних ресурсів для цього не вистачає.

Результат фінансової діяльності (РФД) є зміною обсягу заборгованості підприємства, скоригованою на обсяг фінансових витрат (відсотків за кредит), дивідендних і податкових виплат. Додатне значення результату фінансової діяльності свідчить про залучення додаткових джерел фінансових ресурсів, незважаючи на їх платність, від'ємне – підприємство зменшує обсяг позикових джерел фінансування, знижуючи при цьому ефективність політики щодо формування структури капіталу підприємства, якщо рівень залучення позикових ресурсів є надмірним або кредитні ресурси не є доступними [4].

Результат фінансово-господарської діяльності (РФГД) обчислюють як суму результатів господарської та фінансової діяльності підприємства. Результат фінансово-господарської діяльності дає змогу оцінити обсяг вільних грошових коштів підприємства після фінансування ним усіх витрат і виробничого розвитку. Додатне значення результату фінансово-господарської діяльності свідчить про наявність у підприємства вільних грошових коштів для фінансування інших напрямів діяльності, від'ємне – про нестачу вільних грошових коштів, що може призвести до ліквідних ускладнень або скорочення можливостей підприємства [6].

Розрахунок показника результату господарської діяльності ПрАТ «Сентравіс Продакшн Юкрейн» за 2014–2016 рр. подано в табл. 1 [6].

Таблиця 1

Розрахунок результату господарської діяльності ПрАТ «Сентравіс Продакшн Юкрейн», 2014–2016 рр.

Показник	Умовні позначення	2014	2015	2016
1	2	3	4	5
1. Додана вартість	$DВ = TP + GP_{cp} + HЗB_{cp} - MB$	1739227	2089569	1916360
а) вартість виготовленої продукції	TP	3161250	4014633	3541957
б) запаси готової продукції	GP _{cp}	176122	224451	267153
в) незавершене виробництво	HЗB _{cp}	207253	233866	234150
г) вартість спожитих матеріальних засобів виробництва	MB	1805398	2383381	2126900
2. Брутто-результат експлуатації інвестицій	$BPEI = DВ - ПДВ - ВП - ОП - П$	969800,4	1178264	1085247,8
а) податок на додану вартість	ПДВ	516724,6	637963,6	590289,2
б) видатки за оплатою праці	ВП	188605	210211	201101
в) обов'язкові платежі, що є пов'язаними з оплатою праці	ОП	62350	61783	38053
г) усі податки й податкові платежі, крім податку на прибуток	П	1747	1347	1669
3. Зміна величини фінансово-експлуатаційних потреб	$\Delta FEП = FEП2 - FEП1$	2128781	2418825	2876201
а) матеріальні запаси на початок періоду	Зап _{поч}	1001850	1335948	1495220
б) матеріальні запаси на кінець періоду	Зап _{кін}	1335948	1495220	1647278

Закінчення табл. 1

1	2	3	4	5
в) дебіторська заборгованість підприємства на початок періоду	<i>Дз поч</i>	246218	661919	874035
г) дебіторська заборгованість підприємства на кінець періоду	<i>Дз кін</i>	661919	874035	1028103
д) кредиторська заборгованість підприємства на початок періоду	<i>Кр поч</i>	533170	845812	1201625
е) кредиторська заборгованість підприємства на кінець періоду	<i>Кр кін</i>	845812	1201625	1368450
ж) ФЕП на початок періоду	$ФЕП1 = Зап\ поч + Дз\ поч - Кр\ поч$	714898	1152055	1167630
з) ФЕП на кінець періоду	$ФЕП2 = Зап\ кін + Дз\ кін - Кр\ кін$	2843679	3570880	4043831
4. Виробничі інвестиції	<i>ВІ</i>	11270	1519574	782604
5. Звичайні продажі майна	<i>ПМ</i>	459	2578	903
Результат господарської діяльності, РГД	$РГД = БРЕІ - \Delta ФЕП - ВІ - ПМ$	-1170710	-2762713	-2574460,2

Результат господарської діяльності (РГД) є від'ємним, оскільки підприємство фінансується за рахунок позикових ресурсів.

Розрахунок показника результату фінансової діяльності та фінансово-господарської діяльності ПрАТ «Сентравіс Продакшн Юкрейн» за 2014–2016 рр. подано в табл. 2 [6].

Таблиця 2

**Розрахунок результату фінансової діяльності та господарсько-фінансової діяльності
ПрАТ «Сентравіс Продакшн Юкрейн», 2014–2016 рр.**

Показник	Умовні позначення	2014	2015	2016
1. Зміна позикових коштів підприємства	$ПК = ПКК - ПКН$	823772	608548	133817
а) позикові кошти підприємства на початок періоду	<i>ПКН</i>	879603	1703375	2311923
б) позикові кошти підприємства на кінець періоду	<i>ПКК</i>	1703375	2311923	2445740
2. Відсотки банку	<i>ВБ</i>	-140996	-231569	-292914
3. Податок на прибуток	<i>ПП</i>	-540	0	204684
4. Виплачені дивіденди	<i>ВД</i>	-	-	-
5. Суми, отримані від емісії акцій	<i>ЕА</i>	1703	2526	2527
6. Кошти, вкладені у статутні фонди інших підприємств	<i>УФ</i>	-1159274	-1814466	-782871
7. Довгострокові фінансові вкладення	<i>ДФ ср</i>	32017	29219	23398
8. Отримані відрахування від прибутку заснованих підприємств і доходи від інших довгострокових фінансових вкладень	<i>ОПУ</i>	248635	977012	480983
Результат фінансової діяльності, РФД	$РФД = ПК - ВБ - ПП - ВД + ЕА - УФ - ДФ ср + ОПУ$	-194683	-428730	-230376
Результат фінансово-господарської діяльності, РФГД	$РФГД = РГД + РФД$	-1365393	-3191443	-2804836,2

Результат фінансової діяльності набуває від'ємного значення за рахунок надмірного залучення кредитних ресурсів. Значення результату фінансово-господарської діяльності вказує на нестачу вільних грошових коштів.

За результатами розрахунку показників можна умовно віднести підприємство до одного з квадрантів матриці, а також визначити рівень фінансового стану й можливі альтернативи розвитку. За даними табл. 1; 2 проілюструємо позиціонування підприємства (табл. 3) [6].

У 2014–2016 рр. ПрАТ «Сентравіс Продакшн Юкрейн» перебувало у 9 квадранті із незначними коливаннями в середині квадранта. Перебування у 9 квадранті є найнебезпечнішим і свідчить про тривалий кризовий стан і необхідність упровадження антикризового управління з відповідною стратегією. Можливими переходами є 7 та 8 квадранти. Зауважимо, що 7; 8; 9 квадранти мають позицію дефіциту ліквідних коштів. Перехід до 7 квадранта означатиме розрив між термінами надходження та витрачанням коштів. Перехід до 8 квадранта є пов'язаним із покращенням економічної прибутковості. Такі переходи не нададуть фінансової рівноваги, але покращать поточний стан і дозволять у майбутньому досягти рівноваги [3; 4].

Таблиця 3

Позиціювання ПрАТ «Сентравіс Продакшн Юкрейн» за матрицею Франсона–Романе,
2014–2016 рр.

	РФД < 0	РФД ≈ 0	РФД > 0
РГД > 0	1. Батько сімейства	4. Рантьє	6. Материнське товариство
РГД ≈ 0	7. Епізодичний дефіцит	2. Стійка рівновага	5. Атака
РГД < 0	9. Кризовий стан	8. Дилема	3. Хитка рівновага

Таким чином, необхідним для формування фінансової стратегії підприємства є підвищення його фінансової стійкості, зменшення собівартості продукції, що сприятиме зростанню валового прибутку, зменшення фінансових витрат. Дослідження проведено для подальшої розробки стратегічного управління ПрАТ «Сентравіс Продакшн Юкрейн» і застосування антикризового управління на підприємстві для поступового виведення його з кризи.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Кузенко Т. Б.

Література: 1. Бланк И. А. Финансовая стратегия предприятия. Киев : Эльга ; Ника-Центр, 2004. 720 с. 2. Ансофф И. Стратегическое управление. М. : Экономика, 1989. 358 с. 3. Гриньов А. В., Ястремська О. М. Якість формування фінансової стратегії підприємства. *Фінанси України*. 2006. № 6. С. 121–128. 4. Журавльова І. В., Порожняк О. А. Практикум з навчальної дисципліни «Стратегічне управління» для студентів спеціальності 8.03050801 «Фінанси і кредит» усіх форм навчання. Харків ХНЕУ, 2014. 80 с. 5. Ткачук І. Г. Формування фінансової стратегії в системі управління підприємством. *Вісник ЖДТУ*. 2008. № 2. С. 301–304. 6. Забаріна К. Ф., Нечаєва І. А. Особливості використання інструментів стратегічного менеджменту з метою комплексної оцінки фінансової діяльності підприємства. *Економічний аналіз*. 2014. № 15 (3). С. 37–43.

ВИЗНАЧЕННЯ СУТНОСТІ ПОНЯТТЯ «БРЕНД РОБОТОДАВЦЯ»

УДК 331.58:331.445:331.108.2

Трапезникова В. В.

Магістрант 2 року навчання
факультету менеджменту і маркетингу ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. Досліджено існуючі підходи зарубіжних і вітчизняних науковців до визначення сутності поняття «бренд роботодавця». На підставі узагальнення й систематизації сформульовано власний підхід до визначення сутності цього поняття.

Ключові слова: підприємство, організація, право на працю, робітник, роботодавець, бренд, брендинг, бренд роботодавця, імідж, репутація.

Аннотация. Исследованы существующие подходы зарубежных и отечественных ученых к определению сущности понятия «бренд работодателя». На основании обобщения и систематизации сформулирован собственный подход к определению сущности этого понятия.

Ключевые слова: предприятие, организация, право на труд, работник, работодатель, бренд, брендинг, бренд работодателя, имидж, репутация.

Annotation. The existing approaches of foreign and domestic scientists to the definition of the essence of the concept of «employer brand» are investigated. Based on the generalization and systematization of its own formulated approach to the definition of the essence of this concept.

Keywords: enterprise, organization, right to work, worker, employer, brand, branding, employer brand, image, reputation.

За сучасних умов посиленої конкурентної боротьби вітчизняні компанії постійно шукають шляхи підвищення ефективності системи управління власним бізнесом, усвідомлюючи ключову роль персоналу в цьому процесі. На сьогодні актуальним є не стільки ефективне здійснення окремих бізнес-процесів чи бізнес-діяльності, скільки створення стійкого бренду роботодавця, що є спроможним забезпечити тривале результативне функціонування вітчизняного бізнесу як у внутрішньому, так і у міжнародному економічному просторі.

Бренд роботодавця є інструментом виділення компанії на ринку праці, що дозволяє досягти бажаних конкурентних переваг у боротьбі за кваліфікованих спеціалістів. Створення ефективного бренду роботодавця потребує детального опрацювання всіх його складових та узгодження їх в єдиній моделі.

Застосування принципів брендингу до управління людськими ресурсами називають брендингом роботодавця. Він допомагає підприємству ідентифікувати себе на ринку праці як найкращого роботодавця для сучасних співробітників, як потенційного роботодавця для кандидатів і як постачальника або партнера для клієнтів. Брендинг роботодавця є відносно новою концепцією. Термін «брендинг роботодавця» передбачає диференціацію характеристик компанії як роботодавця серед конкурентів. Бренд роботодавця підкреслює унікальні аспекти зайнятості в компанії та цінності для наявних і потенційних працівників [3].

В Україні на сьогодні бренд роботодавця науковцями досліджено недостатньо. Практично кожна провідна вітчизняна компанія має піклуватися про свій імідж як роботодавця. Розвиток бренду в цій галузі для країни є новою тенденцією, тоді як за кордоном це є невід'ємною складовою загальної стратегії компанії. За таких умов особливої гостроти набуває необхідність дослідження стану бренду роботодавця в українських компаніях і підвищення його ефективності.

Дослідженню теоретичних і прикладних аспектів формування бренду роботодавця, проблемам підвищення його ефективності та обґрунтуванню його значення для здобуття підприємством конкурентних переваг на ринку присвячено роботи багатьох науковців, серед них Берроу С., Амблер Т., Мінчінгтон Б., Осовицька Н., Мансуров Р. та ін.

Метою написання статті є визначення сутності поняття бренду роботодавця.

Для визначення змістових характеристик, які розкривають сутність поняття «бренд роботодавця», доцільно з'ясувати сутність поняття «бренд». Під брендом зазвичай розуміють певний образ (уявлення) конкретного продукту на ринку. Як зазначає Берроу С., бренд – це не річ, не продукт, не компанія і не організація. Бренди не існують у реальному світі; це – ментальні відчуття [3].

Термін «бренд роботодавця» вперше використав у 1990 р. Берроу С., президент People in Business. Згодом він разом зі старшим науковим співробітником Лондонської школи бізнесу Емблером Т. дав визначення поняття «бренд роботодавця» у статті, опублікованій у «Journal of Brand Management», що вийшла у грудні 1996 р. [3]. У цій статті автори трактують бренд роботодавця як сукупність функціональних, психологічних і економічних переваг, які надає роботодавець та які ототожнюються з ним [3]. Мінчінгтон Б. розглядає бренд роботодавця як імідж організації, як відмінне місце роботи у свідомості співробітників і основних зацікавлених сторін на зовнішньому ринку (реальних і потенційних кандидатів, клієнтів, покупців та ін.) [6]. Водночас деякі вітчизняні та зарубіжні науковці пропонують власні трактування бренду роботодавця; у табл. 1 подано найпоширеніші визначення сутності цього поняття [2–6].

Таблиця 1

Визначення різними науковцями сутності поняття «бренд-роботодавця»

Автор	Визначення поняття
Мосли Р. [3]	Сукупність зусиль компанії щодо взаємодії з існуючими та потенційними співробітниками, що робить її привабливим місцем роботи, а також активне управління іміджем компанії для партнерів, потенційних співробітників та ін.
Мінчінгтон Б. [6]	Сукупність матеріальних, функціональних і психологічних вигід, які отримує співробітник, працюючи в компанії
Осовицька Н. [5]	Образ компанії як гарного місця роботи для зацікавлених осіб (існуючі та колишні співробітники, кандидати, клієнти, акціонери та ін.); набір економічних, професійних і психологічних вигід, які отримує працівник, приєднуючись до компанії; спосіб, яким формується ідентичність бізнесу, починаючи з базових основ і цінностей та інструментів, за застосування яких це доноситься до всіх зацікавлених осіб
Мансуров Р. [4]	Комплекс цілеспрямованих заходів щодо формування позитивного іміджу роботодавця задля постійного залучення кращих із кращих фахівців у своїй галузі
Арькова Т. [2]	Напрямок роботи з репутацією компанії як привабливого роботодавця; те, як виглядає компанія в очах співробітників і колег по ринку, як зустрічають новачків, як цінують і поважають тих, хто вже працює, як мотивують і підтримують, прощаються у разі розставання

Найпоширенішими позиціями, за якими окремі автори пропонують розглядати поняття «бренд роботодавця, є»:

- образ компанії як гарного місця роботи для всіх зацікавлених осіб (наявних і колишніх співробітників, кандидатів, клієнтів, акціонерів);
- сукупність економічних, професійних і психологічних вигід, які отримує працівник, приєднуючись до компанії;
- спосіб, у який власники (керівники) формують ідентичність свого бізнесу, починаючи з базових основ і цінностей і закінчуючи тим, як вони доносять це до всіх зацікавлених осіб [4; 5].

Таким чином, на підставі узагальнення й систематизації визначатимемо бренд роботодавця як сукупність цілеспрямовано сформованих заходів компанії як роботодавця, що сприятимуть появі у цільовій аудиторії асоціацій із позитивним набором матеріальних і нематеріальних переваг умов зайнятості, що виділяють цю організацію на ринку праці. Таке визначення бренду роботодавця передбачає комплексну роботу з формування позитивної репутації компанії щодо потенційних працівників компанії.

Науковий керівник – д-р екон. наук, професор Ястремська О. М.

Література: 1. Амблер Т. Маркетинг и финансовый результат: новые метрики богатства корпорации. М. : Финансы и статистика, 2003. 248 с. 2. Арькова Т. Ю. Управление человеческими ресурсами организации на основе системы HR-брендинга. *Вестник Астраханского государственного технического университета*. 2011. № 1. С. 62–66. 3. Берроу С., Мосли Р. Бренд работодателя. Лучшее из бренд-менеджмента – в работу с кадрами / пер. с англ. М. : Группа ИДТ, 2007. 196 с. 4. Мансуров Р. Е. Как повысить эффективность персонала? Займитесь HR-брендингом! URL: <http://www.aup.ru/articles/personal/12.htm>. 5. Осовицкая Н., Бруковская О. Как построить HR-бренд вашей компании. 53 способа повысить привлекательность компании-работодателя. СПб. : Питер, 2010. 288 с. 6. Minchington B. Employer Brand Leadership – A Global Perspective. Torrensville : Collective Learning Australia, 2010. 320 p.

УДОСКОНАЛЕННЯ ПРОЦЕСУ ОЦІНКИ КРЕДИТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

УДК 336.774

Тютіна Т. А.

Студент 4 курсу
фінансового факультету ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. Проаналізовано основні методи й визначено цільові показники оцінки кредитоспроможності суб'єктів господарювання. Запропоновано методичний підхід до оцінки кредитоспроможності позичальника – юридичної особи шляхом проведення дискримінантного аналізу та створення дискримінантної моделі оцінки кредитоспроможності позичальника.

Ключові слова: підприємство, організація, фінанси, фінансовий стан, кредитоспроможність, дискримінантний аналіз, дискримінантна функція, дискримінантна модель, кореляція.

Аннотация. Проанализированы основные методы и определены целевые показатели оценки кредитоспособности субъектов хозяйствования. Предложен методический подход к оценке кредитоспособности заемщика – юридического лица путем проведения дискриминантного анализа и создания дискриминантной модели оценки кредитоспособности заемщика.

Ключевые слова: предприятие, организация, финансы, финансовое состояние, кредитоспособность, дискриминантный анализ, дискриминантная функция, дискриминантная модель, корреляция.

Annotation. The main methods are analyzed and target indicators for assessing the creditworthiness of business entities are defined. A methodical approach to assessing the creditworthiness of the borrower – a legal entity by conducting discriminant analysis and creating a discriminant model for assessing the creditworthiness of the borrower is proposed.

Keywords: enterprise, organization, finance, financial condition, creditworthiness, discriminant analysis, discriminant function, discriminant model, correlation.

На сучасному етапі розвитку ринкових відносин кредитні ресурси відіграють важливу роль у процесі кругообігу капіталу та відтворення в цілому. Однак, у зв'язку із кризовим становищем у нашій країні підприємствам усе важче отримати таке джерело фінансування, як кредит, що спричинене високими кредитними ставками та недовірою до позичальників. Тому задля адекватної оцінки кредитоспроможності вітчизняних суб'єктів господарювання необхідно розробити певний методичний підхід, який відповідав би сучасним реаліям, особливостям діяльності підприємств, зокрема скляної промисловості, урахував найінформативніші показники стану кредитоспроможності.

Теоретичні та практичні питання оцінки кредитоспроможності підприємства знайшли відображення у роботах багатьох вітчизняних і зарубіжних науковців-економістів, серед них Гребінкова О. В., Гриценко Л. Л., Кримзін Д. Н., Косова Т. Д., Лукін М. І., Терещенко О. О. та ін. Однак, незважаючи на наявність численних теоретичних розробок, залишається недостатньо вирішеним певне коло питань щодо проведення оцінки кредитоспроможності підприємств, що потребують подальшого поглибленого вивчення.

Метою написання статті є формування практичних розробок щодо питань удосконалення оцінки кредитоспроможності позичальників.

Аналіз літературних джерел і наявних методик оцінки кредитоспроможності підприємства дав змогу визначити, що найзручнішими в застосуванні є кількісні методики: у них кредитоспроможність оцінюється за допомогою єдиного комплексного показника. Кількісні методи являють математичну модель, отриману на підставі статистичних даних.

За всієї різноманітності можливих моделей оцінки кредитного ризику система показників має відповідати певним критеріям, а саме:

- показники мають бути максимально інформативними, давати цілісне уявлення про стан позичальника;
- показники мають давати можливість визначити рейтинг позичальника, як у просторі, так і в часі;
- для всіх показників мають бути вказані нормативи рівня або діапазону вимірювань;
- остаточна модель оцінки кредитоспроможності має бути коректно складена й економічно обґрунтована

[3; 4].

У світовій практиці для оцінки кредитоспроможності підприємства найпоширенішими є моделі, побудовані із застосуванням багатофакторного дискримінантного аналізу. Подібні моделі оцінки кредитоспроможності підприємства враховують найважливіші показники, що визначають фінансовий стан суб'єкта господарювання. Дискримінантна модель – це лінійна функція, де показники фінансового стану підприємства є змінними і враховують певні коефіцієнти залежно від ступеня їхнього впливу на кредитоспроможність [4].

Процес дискримінантного аналізу безпосередньо можна розподілити на два етапи: виведення дискримінантної функції й визначення критичного значення інтегрального показника, що дозволив би віднести того чи іншого позичальника до однієї з груп – «кредитоспроможний» чи «не кредитоспроможний». Якість оцінки кредитоспроможності є визначуваною передусім набором фінансово-економічних показників, використовуваних для її оцінки. Вважають, що дискримінантна модель повинна містити не більше п'яти-семи показників [2].

Для проведення дискримінантного аналізу було сформовано вибірку з підприємств-скловиробників України: ТОВ «Малинівський склозавод», ПАТ «Славутський склозавод», ПАТ «Ветропак гостомельський склозавод», ПАТ «Мар'янівський склозавод» та ін. Для практичної реалізації дискримінантного аналізу застосовано програму Statistica 10.0.

З огляду на специфічність діяльності скловиробників в Україні, запропоновано побудувати дискримінантну функцію на підставі системи таких показників: K_1 – коефіцієнт миттєвої ліквідності, K_2 – коефіцієнт покриття, K_3 – коефіцієнт оборотності активів, K_4 – коефіцієнт забезпечення власними оборотними засобами, K_5 – коефіцієнт співвідношення власних і залучених коштів, K_6 – рентабельність активів, K_7 – рентабельність продажу. Вони всебічно характеризують фінансово-господарський стан досліджуваного підприємства та є найчастіше використовуваними під час оцінки кредитоспроможності суб'єктів господарювання. Вихідні дані для побудови дискримінантної моделі подано в табл. 1 [4].

Для перевірки наявності лінійного зв'язку між вихідними показниками розраховано кореляційну матрицю, вилучено показники, які мають щільний лінійний зв'язок: коефіцієнт рентабельності активів, адже він корелює із коефіцієнтом рентабельності продажів і коефіцієнтом миттєвої ліквідності.

Таблиця 1

Вихідні дані для побудови дискримінантної моделі

№	Фінансові коефіцієнти						
	K_1	K_2	K_3	K_4	K_5	K_6	K_7
1	0,03	1,49	0,47	-0,78	-0,01	-0,28	-0,6
2	0,09	1,54	0,52	-0,78	-0,12	-0,09	-0,16
3	0,14	0,88	0,11	-0,15	1,77	0,01	0,08
4	0,66	1,16	1,06	0,14	1,05	0,25	0,24
5	0,44	0,89	2,42	-0,09	0,73	0,13	0,05
6	0,19	0,84	0,74	-0,13	0,45	0,03	0,04
7	0,32	1,54	6,16	0,36	0,63	0,17	0,03
8	0,27	0,92	5,7	-0,4	0,18	0,09	0,01
9	0,15	0,82	2,11	-0,16	0,03	-0,01	0,01
10	0,1	0,32	0,68	-1,6	0,37	-0,03	-0,05
11	0,01	0,17	0,24	-3,82	-0,06	0,01	0,05
12	0,35	0,41	1,19	-1,24	0,01	0,02	0,02

У результаті обробки вихідних даних отримано параметри дискримінантної моделі (табл. 2) [4].

Таблиця 2

Результати аналізу дискримінантної функції

Показник	Wilks' Lambda	Partial Lambda	F-remove (1; 9)	p-value	Toler	1-Toler (R-Sqr)
K_5	0,784828	0,322848	18,87693	0,001864	0,6572	0,342848
K_3	0,490768	0,516293	8,43198	0,017487	0,6572	0,342848

Бачимо (табл. 2), що з шести фінансових коефіцієнтів за застосування дискримінантного аналізу залишилося для подальшого розгляду лише два. Найбільший внесок у дискримінацію має коефіцієнт K_3 – коефіцієнт оборотності активів, оскільки чим меншою є статистика Уїлкса лямбда, тим більшим є внесок у загальну дискримінацію [4].

Перевірка дискримінантної функції за критерієм Фішера показала її статистичну значущість ($F_{табл} = 4,26$), що, у свою чергу, свідчить про можливість застосування цієї моделі для оцінки кредитоспроможності підприємства.

Головним статистичним параметром, який використовують для тестування моделей, отриманих за застосування дискримінантного аналізу, є критерій «лямбда Уїлкса» (Wilks' lambda). Його використовують для оцінки спроможності дискримінантної функції розпізнавати класи у багатовимірному просторі. Значення статистики Уїлкса, що лежать близько нуля, свідчать про гарну дискримінацію, а значення, що лежать близько одиниці, свідчать про погану дискримінацію. Для розробленої моделі значення лямбди Уїлкса становить 0,25338, що є цілком прийнятним і засвідчує, що відібрані показники забезпечують дискримінацію між групами [1].

Отже, дискримінантна модель має вигляд:

$$Y = 2,94664 - 0,99291 \times K_3 - 1,17479 \times K_5,$$

де K_3 – коефіцієнт оборотності активів;

K_5 – коефіцієнт співвідношення власних і залучених коштів [1].

Підприємство можна віднести до кредитоспроможних, якщо індекс надійності набуває значення, що перевищує або дорівнює двом, у протилежному випадку підприємство слід віднести до некредитоспроможних [3; 4].

Таким чином, застосування методу дискримінантного аналізу дає змогу відібрати найінформативніші фінансові коефіцієнти. Запропонована дискримінантна модель оцінки кредитоспроможності підприємств-скловиробників може дати адекватні результати оцінки кредитоспроможності на конкретний момент часу, що дозволяє розширити можливості отримання кредитних коштів суб'єктами господарювання скляної промисловості, а також розробити ефективну систему заходів для забезпечення їх подальшого функціонування та розвитку.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Алексеєнко І. І.

Література: 1. Гребенікова О. В., Солом'янова-Кирильчук К. О. Дискримінантна модель діагностики неплатоспроможності українських підприємств машинобудівної галузі. *Фінанси України*. 2007. № 12. С. 129–137. 2. Гриценко Л. Л., Боярко І. М., Губар А. А. Дискримінантна модель діагностики банкрутства малих підприємств. *Актуальні проблеми економіки*. 2009. № 5 (95). С. 256–262. 3. Крымзин Д. Н. Оценка кредитоспособности заемщика с помощью дискриминантного анализа. URL: <https://docplayer.ru/35467073-Ocenka-kreditosposobnosti-zayomshchika-pri-pomoshchi-me-todov-diskriminantnogo-analiza.html>. 4. Лукин М. И. Модели оценки надежности предприятий-заемщиков как инструмент поддержки кредитных решений : дис. ... канд. экон. наук : 08.00.13, 08.00.10. Воронеж, 2005. 193 с.

ОЦІНКА ЯКОСТІ ФОРМУВАННЯ ФІНАНСОВИХ РЕЗУЛЬТАТІВ ПІДПРИЄМСТВА ТОРГІВЛІ

УДК 336.67:339-047.44

Урум А. Д.

Студент 4 курсу
фінансового факультету ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. Обґрунтовано актуальність оцінки якості формування фінансових результатів підприємства торгівлі та її важливість для підвищення фінансових результатів. Запропоновано застосування методу оцінки якості формування фінансових результатів для торговельного підприємства на прикладі ТОВ «ТК Союз».



Ключові слова: підприємство, організація, торгівля, торговельне підприємство, фінанси, фінансові результати, фінансовий стан, коефіцієнт якості фінансових результатів, коефіцієнт варіації, якість формування фінансових результатів.

Анотація. Обоснована актуальність оцінки якості формування фінансових результатів підприємства торгівлі та її важливість для покращення фінансових результатів. Предложено применение метода оценки качества формирования финансовых результатов для торгового предприятия на примере ООО «ТК Союз»..

Ключевые слова: предприятие, организация, торговля, торговое предприятие, финансы, финансовые результаты, финансовое состояние, коэффициент качества финансовых результатов, коэффициент вариации, качество формирования финансовых результатов.

Annotation. The relevance of assessing the quality of the formation of the financial results of a trading enterprise and its importance for improving financial results are substantiated. The proposed application of the method of assessing the quality of the formation of financial results for a commercial enterprise on the example of TK Soyuz LLC.

Keywords: enterprise, organization, trade, trade enterprise, finance, financial results, financial condition, quality factor of financial results, coefficient of variation, quality of formation of financial results.

Головними задачами будь-якого підприємства є отримання позитивного фінансового результату та пошук шляхів його збільшення. Позитивне значення фінансового результату є важливим індикатором зростання власного капіталу, що забезпечує платоспроможність, фінансову незалежність, ділову репутацію та зростання вартості підприємства на ринку. Актуальність дослідження якості фінансового результату є зумовленою його значним впливом на результативність функціонування суб'єктів господарювання та економіки України в цілому.

Проблематикою оцінки якості формування фінансових результатів підприємства займалися і займаються вітчизняні та зарубіжні науковці, серед них Бабюк А., Скалюк Р., Козуб В., Гарматюк О., Нагайчук В., Бондаренко Н., Ковальчук Т. та ін. Однак, незважаючи на високий рівень опрацювання цієї теми, подальшого дослідження потребують окремі аспекти щодо підходів до оцінки фінансових результатів.

Метою написання статті є оцінка якості формування фінансових результатів підприємств торгівлі на прикладі ТОВ «ТК Союз».

Фінансові результати підприємства є якісним показником результативності господарської діяльності, підсумком, вираженим у грошовій формі. За допомогою цього показника можна оцінити доцільність існування підприємства. Фінансові результати відображають різницю всіх видів доходів і витрат, можуть набувати додатного або від'ємного значення, тобто виступати у вигляді прибутку або збитку [1].

Фінансові результати підприємства можуть набувати як додатного, так і від'ємного значення, тому слід розглянути якість фінансового результату. Якість додатного фінансового результату (прибутку) характеризується сталою динамікою зростання надходження прибутку від основної діяльності внаслідок підвищення результативності господарського процесу, упровадження інновацій, формування оптимальної структури капіталу, забезпечення умов довгострокового економічного розвитку. Якість від'ємного фінансового результату (збитку) відображає тенденції стабільного зменшення абсолютної величини збитку від основної діяльності, що є зумовленими впливом відповідних факторів: раціональним використанням ресурсів, упровадженням інновацій та ін. [2].

Для оцінки якості фінансового результату слід розрахувати коефіцієнт, виражений як співвідношення фінансових результатів від основної діяльності та звичайної діяльності до оподаткування:

$$ЯФР = \frac{\Phi P_{ОД}}{\Phi P_{ЗАП}}, \quad (1)$$

де $ЯФР$ – якість фінансового результату господарської діяльності підприємства;

$\Phi P_{ОД}$ – фінансовий результат від основної діяльності;

$\Phi P_{ЗАП}$ – фінансовий результат від звичайної діяльності до оподаткування [3].

Можливі різні варіанти абсолютних значень фінансових результатів, тому при розрахунку у формулі потрібно врахувати можливі варіанти (табл. 1) [3].

Із урахуванням цих варіантів розрахунку коефіцієнт може набувати додатного та від'ємного значення; якщо:

- $K_{ЯФР} \leq 0$ – якість прибутку є неприйнятною;
- $0 < K_{ЯФР} \leq 1$ – якість прибутку є оптимальною;
- $K_{ЯФР} > 1$ – якість прибутку є допустимою [5].

Таблиця 1

Визначення коефіцієнта якості формування фінансового результату

Варіанти абсолютних значень фінансових результатів	$\Phi P_{од} > 0$	$\Phi P_{од} > 0$	$\Phi P_{од} < 0$	$\Phi P_{од} < 0$
	$\Phi P_{зпп} > 0$	$\Phi P_{зпп} < 0$	$\Phi P_{зпп} > 0$	$\Phi P_{зпп} < 0$
Коефіцієнт якості фінансового результату, $K_{яФР}$	$K_{яФР} = \frac{\Phi P_{од}}{\Phi P_{зпп}}$			$K_{яФР} = \frac{\Phi P_{од}}{ \Phi P_{зпп} }$

Оптимальною є якість прибутку підприємства за умови $0 < K_{яФР} \leq 1$. Дотримання цієї умови вказує на те, що до складу прибутку від звичайної діяльності до оподаткування, окрім прибутку від основної діяльності, входить сума прибутку, а не збитку, за іншими видами діяльності підприємства [5].

Якщо $K_{яФР} = 1$, прибуток від звичайної діяльності до оподаткування формується повністю за рахунок прибутку від основної діяльності, для якого характерною є максимальна стабільність, тоді як для прибутку від інших видів діяльності характерним є значний рівень нестабільності [5].

Для оцінки якості формування фінансових результатів торговельного підприємства пропонуємо оцінити стійкість джерел формування фінансового результату. Для цього потрібно визначити варіацію коефіцієнта якості фінансового результату. Значні відхилення коефіцієнта якості від його середнього значення за певний період часу свідчатимуть про нестійкість джерел формування фінансових результатів підприємства. За інших умов діагностуватиметься високий рівень стійкості джерел формування фінансових результатів господарюючого суб'єкта. Отже, якщо:

- $\nu < 33,0\%$ – підприємство має високий рівень стійкості джерел формування фінансових результатів;
- $\nu > 33,0\%$ – підприємство має низький рівень стійкості джерел формування фінансових результатів [5].

Проведено оцінку фінансових результатів підприємства торгівлі на прикладі ТОВ «ТК Союз»; отримані результати подано в табл. 2 [5].

Таблиця 2

Результат розрахунку якості формування фінансових результатів торговельного підприємства ТОВ «ТК Союз»

Показник	Значення за роками		
	2015	2016	2017
Фінансовий результат від основної діяльності	8446,00	14195,00	21289,00
Фінансовий результат від звичайної діяльності до оподаткування	4905,00	9633,00	15116,00
Коефіцієнт якості формування фінансового результату	1,72	1,47	1,41
Середнє значення коефіцієнта	$(1,72 + 1,47 + 1,41) / 3 = 1,54$		
Дисперсія	$((1,72 - 1,54)^2 + (1,47 - 1,54)^2 + (1,41 - 1,54)^2) / 3 = 1,02$		
Середнє квадратичне відхилення	$\sqrt{1,02} = 1,14$		
Коефіцієнт варіації	$1,14 / 1,54 = 0,088 = 8,80\%$		

Результати проведеної оцінки якості фінансових результатів дають підстави стверджувати, що підприємство має додатний фінансовий результат від основної діяльності та від звичайної діяльності до оподаткування. Основним джерелом формування фінансових результатів до оподаткування, що акумулює всі види фінансових результатів підприємства, є фінансовий результат від основної діяльності підприємства [5].

Коефіцієнт якості фінансових результатів становив у 2015 р. 1,72, у 2016 – 1,47, у 2017 – 1,41, тобто можна стверджувати, що якість прибутку є допустимою. Така ситуація свідчить про те, що у процесі формування прибутку від звичайної діяльності до оподаткування із суми отриманого прибутку від основної діяльності покривалося від'ємне сальдо доходів і витрат від інших видів діяльності. Це спричинило зростання коефіцієнта якості, вище від 1, що вказує на зниження якості прибутку підприємства. Значення коефіцієнта варіації становить 8,8%; це дає підстави для висновку, що підприємство має високий рівень стійкості джерел формування фінансових результатів [5].



Отже, ефективна діяльність підприємства є головним інструментом досягнення поставленої мети – отримання стабільних прибутків, що забезпечать зростання та розвиток підприємства у довгостроковій перспективі. Ефективність є складовою розвитку підприємства, від неї залежать рівень і динаміка його розвитку. Економічна ефективність охоплює та відображає всю економіку підприємства, тобто всі види його діяльності в сукупності. Така сукупність видів діяльності в їх єдності й утворює економічну діяльність підприємства, яка, у свою чергу, оцінюється економічною ефективністю.

Таким чином, оцінка якості фінансових результатів є важливою складовою аналізу діяльності підприємства, що дає змогу оцінити ризики при формуванні фінансових результатів. Запропонований у роботі метод оцінки якості формування фінансових результатів дає змогу ефективніше прогнозувати діяльність підприємства та його показники, може бути основою для прийняття рішень щодо підвищення фінансових результатів підприємства.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Берест М. М.

Література: 1. Гарматюк О., Бабюк А. Поняття, сутність та значення фінансових результатів підприємства. *Вісник Тернопільського національного технічного університету ім. Івана Пулюя*. 2017. № 2. С. 12–16. 2. Скалюк Р. В. Якість фінансового результату господарської діяльності промислового підприємства: міжнародна практика та вітчизняні реалії. *Галицький економічний вісник*. 2010. № 3. С. 34–39. 3. Козуб В. О. Модель оцінки якості фінансових результатів підприємств торгівлі. *Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг*. 2014. № 2. С. 124–134. 4. Нагайчук В. В. Вплив якості прибутку підприємства на його функціонування. *Економіка розвитку*. 2013. № 1. С. 73–77. 5. Бондаренко Н. М., Ковальчук Т. І. Економічна сутність фінансових результатів діяльності підприємства. *Вісник Дніпропетровського університету*. 2014. № 8 (4). С. 75–81.



ФОРМУВАННЯ ФІНАНСОВОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА МАШИНОБУДІВНОЇ ГАЛУЗІ ІЗ ЗАСТОСУВАННЯМ МАТРИЧНОГО ПІДХОДУ

УДК 658.15:658.589

Федоренко В. В.

Магістрант 1 року навчання
фінансового факультету ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. Досліджено теоретичні та практичні аспекти застосування матриці фінансових стратегій як інструменту стратегічного менеджменту для оцінки фінансової діяльності підприємства. Проаналізовано стратегічний фінансовий стан ДНВП «Об'єднання Комунар». Наведено рекомендації щодо ефективного формування фінансової стратегії підприємства.

Ключові слова: підприємство, організація, фінанси, фінансовий стан, фінансова стратегія, фінансова діяльність, менеджмент, стратегічний менеджмент, результат господарської діяльності, результат фінансової діяльності, результат фінансово-господарської діяльності, матриця фінансових стратегій Франшиона-Романе.



Анотація. Исследованы теоретические и практические аспекты применения матрицы финансовых стратегий как инструмента стратегического менеджмента для оценки финансовой деятельности предприятия. Проанализировано стратегическое финансовое положение ГНПП «Объединение Коммунар». Приведены рекомендации касательно эффективного формирования финансовой стратегии предприятия.

Ключевые слова: предприятие, организация, финансы, финансовое состояние, финансовая стратегия, финансовая деятельность, менеджмент, стратегический менеджмент, результат хозяйственной деятельности, результат финансовой деятельности, результат финансово-хозяйственной деятельности, матрица финансовых стратегий Франшона–Романе.

Annotation. The theoretical and practical aspects of the use of a matrix of financial strategies as a tool of strategic management for assessing the financial activity of an enterprise are investigated. Analyzed the strategic financial position of SNNP «Association Kommunar». The recommendations on the effective formation of the financial strategy of the enterprise.

Keywords: enterprise, organization, finances, financial condition, financial strategy, financial activity, management, strategic management, result of economic activity, result of financial activity, result of financial and economic activity, matrix of financial strategies of Franchona–Romane.

На сучасному етапі розвитку економіка України є нестабільною, супроводжуваною кризовими явищами та зростанням конкуренції. У зв'язку із цим вітчизняним підприємствам доводиться швидко пристосовуватися до змін на ринку, щоб бути фінансово стійкими, незалежними та конкурентоспроможними. Саме тому виникає необхідність розробляти та постійно коригувати довгостроковий фінансовий план розвитку підприємства, тобто його фінансову стратегію.

Дослідженням питань розробки та реалізації фінансової стратегії на підприємствах займалися і займаються Бутирін В. М., Гудзь Т. П., Дорофеев М. Л., Семенов А. Г. та ін. Однак, практичне застосування цих методик виявилося переважно малоприматним.

Метою написання статті є дослідження теоретичних і практичних аспектів застосування матриці фінансових стратегій, а також визначення становища ДНВП «Об'єднання Комунар» у матриці Франшона–Романе в динаміці.

Методику розробки фінансової стратегії, засновану на побудові матриці, запропонували французькі науковці Франшон Ж. та Романе І. Цей інструмент виділяється серед інших методів тим, що дає змогу не лише визначити поточний стан компанії з точки зору фінансового ризику, але й розглянути ситуацію в динаміці, що дозволяє прогнозувати зміни фінансової стратегії залежно від зміни важливих показників діяльності, а також планувати майбутній стан компанії, цілеспрямовано змінюючи ці показники та знижуючи рівень фінансового ризику [5].

Метод Франшона–Романе ґрунтується на розрахунку трьох показників: результату господарської діяльності, результату фінансової діяльності та результату фінансово-господарської діяльності.

Методику розрахунку показників матриці фінансової стратегії Франшона–Романе подано в табл. 1 [2].

Таблиця 1

Методика розрахунку показників матриці фінансової стратегії

Показник	Формула	Позначення
Результат господарської діяльності підприємства, РГД	$РГД = БР - \Delta ФЕП - \Delta ОФ + ІД$	БР – бруто-результат від експлуатації інвестицій; ΔФЕП – зміна фінансово-експлуатаційних потреб; ΔОФ – зміна первісної вартості основних фондів за звітний період; ІД – інші доходи
Результат фінансової діяльності підприємства, РФД	$РФД = \Delta ПК - Вф - ПП - Д + Дук - Вук - ФІд + Дф$	ΔПК – зміна позикового капіталу за звітний період; Вф – фінансові витрати; ПП – податок на прибуток від звичайної діяльності; Д – виплачені дивіденди; Дук – дохід від участі у капіталі; Вук – витрати від участі у капіталі й інші витрати; ФІд – довгострокові фінансові інвестиції; Дф – інші фінансові доходи
Результат фінансово-господарської діяльності підприємства, РФГД	$РФГД = РГД + РФД$	РГД – результат господарської діяльності; РФД – результат фінансової діяльності

На підставі розрахованих показників (табл. 1) можна умовно віднести підприємства до відповідних квадрантів матриці, кожний із яких має свій номер, свою унікальну назву, характеризується набором показників, що ви-

значають лише підприємства певного квадранта, які мають відповідно ідентичні шляхи подальшого розвитку.

Залежно від значень результату фінансової діяльності та результату господарської діяльності підприємство може мати певні положення в матриці, вигляд якої подано в табл. 2 [4].

Таблиця 2

Матриця фінансових стратегій Франсона–Романе

	$РФД < 0$ (гальмування)	$РФД \approx 0$ (стабілізація)	$РФД > 0$ (зростання)
$РГД > 0$ – повільне зростання	1. $РФГД \approx 0$ Батько сімейства	4. $РФГД > 0$ Рантьє	6. $РФГД \gg 0$ Холдинг
$РГД \approx 0$ – оптимальне зростання	7. $РФГД < 0$ Епізодичний дефіцит	2. $РФГД \approx 0$ Стілка рівновага	5. $РФГД > 0$ Атака
$РГД < 0$ – форсоване зростання	9. $РФГД \ll 0$ Криза	8. $РФГД < 0$ Дилема	3. $РФГД \approx 0$ Нестійка рівновага

За результатами фінансової та господарської діяльності підприємства виділяють дев'ять типів фінансової стратегії, які об'єднані у три групи.

1. Зона (позиція) рівноваги – у межах діагоналі квадранти 1; 2; 3 – посередні результати.

2. Зона (ситуація) успіху – над діагоналлю АВ – квадранти 4; 5; 6 – збільшення ліквідних коштів підприємства, позитивний потік коштів хоча б від одного виду діяльності. Значення показників є позитивними, відбувається створення ліквідних засобів; чистий грошовий потік є стійко позитивним, фінансовий ризик є мінімальним.

3. Зона дефіциту – під діагоналлю АВ – квадрати 7; 8; 9 – зменшення ліквідних коштів, відтік коштів хоча б за одним із видів діяльності. Відбувається споживання ліквідних засобів, значення показників є від'ємними; це – зона витрачення ліквідних ресурсів [2; 3].

Розглянемо застосування методики діагностики фінансової рівноваги Франсона–Романе на прикладі ДНВП «Об'єднання Комунар» (табл. 3) [2; 3].

Таблиця 3

Стани фінансової рівноваги ДНВП «Об'єднання Комунар», 2014–2016 рр.

Рік	Значення		Порівняння з нулем (<, 0, >)
	тис. грн	відсоток від доданої вартості	
<i>Додана вартість</i>			
2014	525946	–	–
2015	466834	–	–
2016	380545	–	–
<i>Результат господарської діяльності</i>			
2014	318416	61	> 0
2015	342529	73	> 0
2016	231689	61	> 0
<i>Результат фінансової діяльності</i>			
2014	–7619	–1,4	≈ 0
2015	–40979	–8,8	< 0
2016	–23001	–6	< 0
<i>Результат фінансово-господарської діяльності</i>			
2014	310797	59	> 0
2015	301550	65	≈ 0
2016	208688	55	≈ 0

Отже, дані (табл. 2) свідчать про перебування досліджуваного підприємства ДНВП «Об'єднання Комунар» у 2014 р. на матриці фінансових стратегій у зоні 4 «Рантьє». У такому стані підприємство задовольняється помірними порівняно зі своїми можливостями темпами зростання обігу та підтриманням заборгованості на нейтральному рівні. Сприятливим переміщенням на матриці фінансової стратегії був би перехід підприємства до квадранта 2 «Стілка рівновага». Це найкраще положення на матриці, до якого прагнуть усі підприємства [3].



Однак, у 2015–2016 рр. ДНВП «Об'єднання Комунар» не змогло зберегти своє становище і перемістилося на матриці до квадранта 1 «Батько сімейства» (табл. 2). Підприємство потрапило до цього квадранта у зв'язку зі скороченням використання позикових коштів. Також знизилася сила фінансового важеля та рентабельність власних засобів.

Отже, підприємству ДНВП «Об'єднання Комунар» слід передусім звернути увагу на темпи зростання рентабельності. Коригування показників оборотності коштів і рентабельності сприятиме поліпшенню фінансового стану. Також слід ураховувати, що задіяно не всі ресурси, адже темпи приросту капіталу є меншими за можливі. Можливий перехід підприємства до квадрантів 4; 2 та 7 [2; 3; 5].

Таким чином, застосування методу на підставі матриці фінансової стратегії Франшона–Романе дозволяє визначити не лише поточну позицію підприємства в матриці, а й розглянути ситуацію протягом певного періоду часу, що дає змогу спрогнозувати зміни фінансової стратегії залежно від зміни основних показників фінансово-господарської діяльності, а також спланувати майбутню позицію підприємства в матриці. Однак, поряд із цим цей метод має і певні недоліки. Їх урахування та грамотне застосування на практиці методу фінансової стратегії Франшона–Романе дозволяють зробити серйозний внесок у розвиток компанії.

Науковий керівник – д-р екон. наук, професор Журавльова І. В.

Література: 1. Бутиріна В. М., Верещаєва Г. А. Визначення фінансової стратегії розвитку підприємства. *Науковий вісник НЛТУ України*. 2011. № 21. С. 177–182. 2. Гудзь Т. П. Матричний аналіз фінансової рівноваги підприємства. *Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі*. 2016. № 4 (76). С. 149–157. 3. Дорофеев М. Л. Особенности применения матрицы финансовых стратегий Франшона и Романе в стратегическом финансовом анализе компании. *Финансы и кредит*. 2009. № 23. С. 51–56. 4. Санина Н. В., Хурчак Ю. С. Формирование безопасной финансовой стратегии развития коммерческих организаций. *Вестник Воронежского государственного аграрного университета*. 2015. № 4 (47). С. 259–268. 5. Семенов А. Г. Матрица финансовых стратегий. *Вісник економічної науки України*. 2008. № 2. С. 139–146.



ГЕНДЕРНА НЕРІВНІСТЬ НА РИНКУ ПРАЦІ УКРАЇНИ

УДК 316.346.2

Федоряченко В. А.

Студент 2 курсу
факультету міжнародних економічних відносин ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. Розглянуто питання гендерної нерівності у секторі зайнятого населення України. Проаналізовано проблеми нерівності оплати праці чоловіків і жінок на різних посадових місцях. Запропоновано підходи до подолання проблем гендерної нерівності, що є спрямованими на підвищення ефективності розвитку сучасного вітчизняного ринку праці.

Ключові слова: підприємство, організація, право на працю, ринок праці, зайнятість, оплата праці, гендерна нерівність, заробітна плата.



Аннотація. Рассмотрены вопросы гендерного неравенства в секторе занятого населения Украины. Проанализированы проблемы неравенства оплаты труда мужчин и женщин на различных должностях. Предложены подходы для преодоления проблем гендерного неравенства, направленные на повышение эффективности развития современного отечественного рынка труда.

Ключевые слова: предприятие, организация, право на труд, рынок труда, занятость, оплата труда, гендерное неравенство, заработная плата.

Annotation. The issues of gender inequality in the sector of the employed population of Ukraine are considered. The problems of inequality of pay for men and women in various positions are analyzed. The proposed approaches to overcome the problems of gender inequality, aimed at improving the development of the modern domestic labor market.

Keywords: enterprise, organization, right to work, labor market, employment, wages, gender inequality, wages.

Нині нерівність між чоловіками та жінками є одним із проявів соціально-економічної диференціації, чим спричинено різні можливості їх самореалізації у суспільстві. Тому вивчення цієї проблеми є актуальним, навіть якщо результати громадськість сприймає неоднозначно.

Для сучасного вітчизняного ринку праці все гострішою стає проблема гендерної нерівності у сфері зайнятості. Йдеться про те, що жінки і чоловіки мають нерівні стартові можливості у структурах влади, освіти й зайнятості, доходів і майна. Наявністю гендерного дисбалансу у нашому суспільстві спричинено зниження соціального статусу жінок [2].

Дослідженням теоретичних і практичних аспектів гендерних проблем у соціально-економічній сфері займалися і займаються Грішнова О., Лібанова Е., Макарова О., Новіков В., Саєнко Ю., Степенко В. та ін. Автори доводять, що існують суттєві гендерні відмінності на сучасному вітчизняному ринку праці на підставі аналізу рівня економічної та трудової активності, зайнятості та безробіття серед чоловіків і жінок, а також розподілу професій за ознакою статі. Особливу увагу приділено економічній залежності жінок від чоловіків, гендерному розподілу рівня заробітної плати, спільному для всіх галузей економіки, чим спричинено зростання ризику зuboжіння жінок [2].

Принцип рівності між гендерами в Україні закріплено законодавчо у Законі «Про забезпечення рівних прав та можливостей жінок і чоловіків». Метою ухвалення цього Закону є досягнення рівності між жінками та чоловіками в усіх сферах життя суспільства, ліквідація дискримінації на підставі Конституції та законів України [3].

Орієнтацією цієї проблеми є декларативний характер рівності між гендерами, оскільки в реальному житті вони не дають змоги жінкам відчувати себе рівними у політичній, культурній, соціальній та економічній сферах і професійній діяльності.

Ще до інтерв'ю з потенційним роботодавцем жінки зазнають дискримінації. Так, йдеться про чималу кількість медійних оголошень, у яких визначено певний вік, стать і навіть зовнішній вид потенційних працівників. Особливо часто відбувається відсів за гендерною ознакою, коли справа доходить до престижних посад. Як правило, ці оголошення можна знайти в приватних агентствах зайнятості або навіть у центрах зайнятості. Поширеною є практика відмови від запрошення кандидата на роботу через сімейний стан і вік жінки. Так, при працевлаштуванні найчастіше стикаються з дискримінацією незаміжні жінки, жінки з малими дітьми та віком від 40 років, водночас освіта, досвід і професійні навички не беруться до уваги [2; 4].

За даними експертів, середня зарплатня жінок за всю історію незалежності України не перевищувала 79 % зарплати чоловіків [4]. Зарплати жінок як джерело їх доходів та економічної самостійності становлять від 0,47 % до 0,78 % зарплат чоловіків [4]. За дослідженням динаміки зарплатної нерівності, жіноча заробітна плата фактично зменшувалася принаймні три останні роки [6]. Від 74 % від заробітної плати чоловіків у 2013 р. вона фактично зменшилася до 59 % у 2015 р. Тобто зарплатна нерівність в Україні з часом лише зростала, якщо судити з динаміки останніх трьох років. Аналітики вказують, що частково зростання прірви між зарплатами жінок і чоловіків пов'язане з тим, що жінки, як правило, керують бізнесами у гривневій, а чоловіки – у валютній зоні (у тому числі в ІТ-сфері), що збільшує розриви в їх доходах на тлі девальвації національної валюти цього періоду. За цими даними, фактичні гендерні розриви у 2016 р. є значно існотнішими, ніж вказано офіційно (рис. 1) [6].

Водночас переважна частина аналізованих вакансій зосереджена в комерційному, а не бюджетному секторі економічної діяльності. Зарплатна гендерна нерівність в Україні в комерційному секторі за останні три роки зростала. Проблема рівної оплати за рівну працю або не визнавалась, або замовчувалась. Документи, у яких задекларовано принципи рівної оплати праці, з пунктами чинної Державної програми включно, не наводять опису механізмів визначення такої рівноцінності [4].

Для впровадження позитивних змін щодо гендерного питання Урядом України у рамках Угоди про асоціацію з Європейським Союзом упроваджено Директиви. Досвід європейських країн вважають ефективним після того, як позитивна динаміка не лише з'являтиметься, а й стане невід'ємною складовою таких напрямків, як досягнення економічної незалежності для жінок і чоловіків (скорочення розриву в оплаті праці, розвиток жіночих підприємств, соціальний захист). Має бути гармонія у поєднанні роботи, індивідуального зростання й сімейного

життя (мобільність трудових договорів, у яких зростає кількість послуг з догляду за дітьми і людьми похилого віку); рівні можливості для чоловіків і жінок у прийнятті рішень (політичні дії, галузі економіки і торгівлі, наука і сучасні технології). Важливими умовами є ліквідація насильства, усунення гендерних стереотипів у всіх галузях соціальної взаємодії (освіта, ринок праці, ЗМІ), сприяння інтеграції процесу вирішення гендерної проблематики в країнах, що не входять до Європейського Союзу [5].

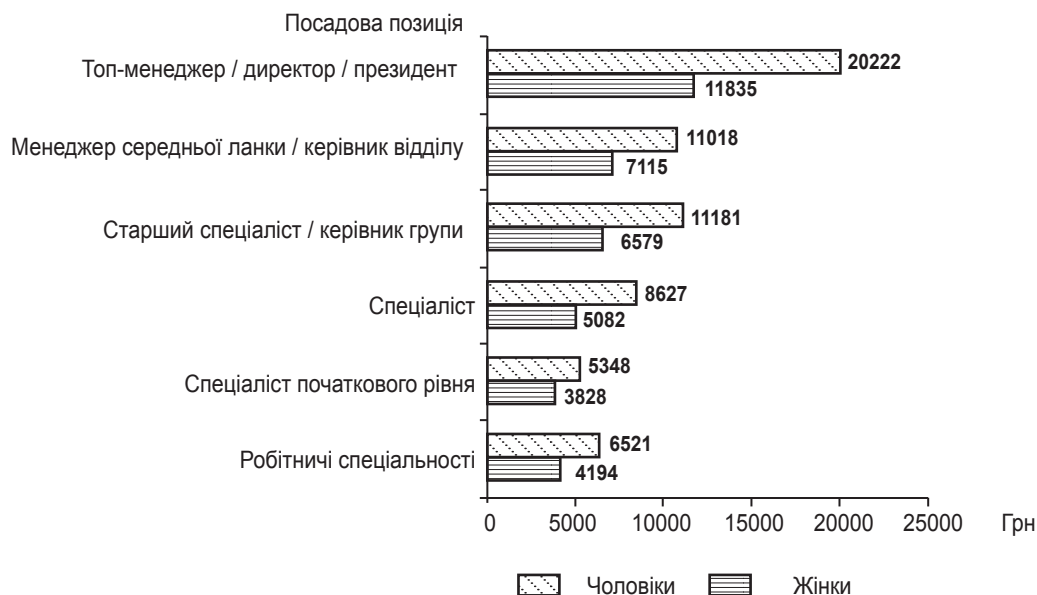


Рис. 1. Різниця в зарплатах жінок і чоловіків залежно від посадової позиції на підприємстві

Гендерна нерівність на ринку праці, де чоловіки посідають більшість робочих місць і отримують вищу заробітну плату, та у соціальній сфері, є серйозною проблемою, яку необхідно розв'язувати. Дискримінація за ознакою статі є ганьбою для демократичного суспільства, і для України це важливий крок на шляху до всебічно толерантного і комфортного для всіх суспільства. Потрібно спонукати людей бачити перспективу у безстереотипному суспільстві, а держава має стати гарантом рівних для всіх прав і свобод. Мають бути створені спеціальні умови для демонстрування здібностей незалежно від статі. Так, наприклад, до Верховної Ради слід запровадити квоти в форматі «не менше 30 % представників однієї статі», а для працевлаштування дозволити кандидатам на посаду надсилати резюме без зазначення особистих даних, лише професійних навичок і необхідної контактної інформації, що сприятиме максимально ефективному відбору з урахуванням усіх інтересів.

Існує також потреба у створенні мережі для моніторингу гендерної нерівності на ринку праці через центри зайнятості. Розв'язання гендерних проблем у сфері зайнятості є важливим не лише для жінок і чоловіків, а і для суспільства в цілому. Очевидно, що ефективне розв'язання цієї проблеми стане корисним для всіх.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Касьмін Д. С.

Література: 1. Покришук В., Коваль С. Проблеми гендерної зайнятості населення на ринку праці України. *Україна: аспекти праці*. 2011. № 2. С. 3–10. 2. Лібанова Е., Макарова О. Доступ жінок до ринку праці: ситуація сьогодні й можливості розширення. Київ, 1998. 210 с. 3. Про забезпечення рівних прав та можливостей жінок і чоловіків : Закон України від 08.09.2005 № 2866-IV // База даних «Законодавство України» / Верховна Рада України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2866-15/ed20050908>. 4. Лібанова Е. Нерівність в українському суспільстві: витоки та сучасність. *Економіка України*. 2014. № 3. С. 4–19. 5. Рекомендації організацій громадянського суспільства. URL: http://www.ua.undp.org/content/ukraine/uk/home/library/womens_empowerment/cedaw_review_recommendationsngo.html. 6. Експерти показали різницю доходів чоловіків і жінок в Україні. URL: <https://news.finance.ua/ua/news/-/369204/eksperty-pokazaly-riznytsyu-dohodiv-cholovikiv-i-zhinok-v-ukrayini>. 7. Степанова Е. Р. Особливості побудови жіночої та чоловічої кар'єри: мотиви, перешкоди, перспективи кар'єрного просування. *Інфраструктура ринку*. 2017. № 3. С. 128–131.

ВИЗНАЧЕННЯ ШЛЯХІВ МІНІМІЗАЦІЇ ВПЛИВУ ФІНАНСОВИХ РИЗИКІВ НА ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ БУДІВЕЛЬНОЇ ГАЛУЗІ

УДК 658.14/.17:624

Фень Л. А.

Студент 4 курсу
фінансового факультету ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. Запропоновано методичний підхід до визначення шляхів мінімізації фінансових ризиків діяльності підприємства. Визначено найефективніші методи мінімізації фінансових ризиків для підприємств будівельної галузі за умов невизначеності та впливу факторів ризику.

Ключові слова: підприємство, організація, будівельна галузь, фінанси, фінансовий стан, фінансові ризики, диверсифікація, лімітування, внутрішнє утримання ризику, зовнішня передача ризику.

Аннотация. Предложен методический подход к определению путей минимизации финансовых рисков деятельности предприятия. Определены наиболее эффективные методы минимизации финансовых рисков для предприятий строительной отрасли в условиях неопределенности и влияния факторов риска.

Ключевые слова: предприятие, организация, строительная отрасль, финансы, финансовое состояние, финансовые риски, диверсификация, лимитирование, внутреннее содержание риска, внешняя передача риска.

Annotation. A methodical approach to determining ways to minimize the financial risks of the enterprise's activities has been proposed. The most effective methods of minimizing financial risks for enterprises of the construction industry under conditions of uncertainty and the influence of risk factors have been identified.

Keywords: enterprise, organization, construction industry, finance, financial condition, financial risks, diversification, limitation, internal content of risk, external risk transfer.

За сучасних економічних умов будь-який суб'єкт господарювання функціонує у нестабільному середовищі, що пов'язано з різноманітними фінансовими ризиками. Важливо не лише правильно виявити причини, характер та оцінити силу впливу фінансових ризиків на діяльність підприємства, але й вибрати оптимальний варіант їх мінімізації. Погіршувати умови можуть особливості діяльності підприємства, що є пов'язаними з галузевою належністю. Тому обрана тематика дослідження, а саме визначення шляхів мінімізації впливу фінансових ризиків на діяльність підприємств будівельної галузі, є достатньо актуальною. Вибір правильного методу управління фінансовим ризиком дозволить підприємству не лише мінімізувати наслідки впливу фінансових ризиків, а і покращити показники ефективності, збільшити обсяг чистого прибутку.

Серед дослідників-теоретиків, які зробили реальний внесок у розвиток теорії ризику, слід згадати Кейнса Д., Ньюмана Д., Маршала А., Пігу А., Найта Ф. Дослідженням особливостей фінансових ризиків і методів управління ними присвячено праці вітчизняних науковців Землячової О., Савочки Л., Жихора О., Балясної Ю., Диби М., Черкасова В. та ін.

Метою написання статті є розробка універсального методу визначення шляхів мінімізації впливу фінансових ризиків на діяльність підприємства, визначення найвигідніших і найефективніших методів мінімізації фінансових ризиків діяльності підприємств будівельної галузі.

Механізм нейтралізації фінансових ризиків ґрунтується на використанні сукупності методів і прийомів зменшення можливих фінансових втрат. Їх вибір у процесі мінімізації фінансових ризиків значною мірою залежить від специфіки підприємницької діяльності та від фінансових ризиків діяльності підприємства, які виявлені у процесі їх оцінки.

За результатами заходів щодо виявлення наявності негативного впливу фінансових ризиків на діяльність підприємств будівельної галузі визначено як загрози вплив зміни курсу іноземної валюти на результат діяльності підприємств, вплив зміни вартості довгострокових і короткострокових кредитів на обсяг зобов'язань, високий рівень неплатоспроможності підприємств будівельної галузі, а також зниження запасу фінансової стійкості підприємств.

Правильно обрати ефективний метод нейтралізації впливу фінансових ризиків можна за застосування методу аналізу ієрархій Сааті Т. (MAI) – методологічної основи для розв'язання задач вибору альтернатив за допомогою їх багатокритеріального рейтингування [2].

Першим етапом реалізації методу аналізу ієрархій є вибір альтернатив. Виокремимо такі методи мінімізації фінансових ризиків, які за своєю сутністю, характером та особливостями можуть нейтралізувати вплив зазначених фінансових ризиків підприємств будівельної галузі: методи внутрішнього утримання ризику (створення резерву або внутрішнього страхового фонду), лімітування (вчасне лімітування основних нормативів діяльності підприємства), диверсифікації (переважно диверсифікація валютного портфеля), зовнішньої передачі ризиків (страхування недоотримання прибутку, страхування на випадок зниження обумовленого рівня рентабельності або запасу фінансової стійкості).

Наступним етапом є вибір найвигіднішого та найефективнішого методу мінімізації фінансових ризиків підприємства за певних умов за допомогою критеріїв для порівняння.

Сформуємо актуальні критерії для порівняння методів мінімізації фінансових ризиків для підприємств будівельної галузі:

- ефективність: наскільки застосований метод мінімізації фінансових ризиків буде діючим та ефективним, гарантія успіху, K1;
- вартість методу: сума затрат на впровадження того чи іншого методу, K2;
- простота застосування: наскільки обраний метод є легким у застосуванні на практиці, K3;
- універсальність: вибір методу залежить від виду фінансового ризику, що загрожує підприємству; універсальність передбачає можливість застосування одного методу за настання різних видів фінансових ризиків, K4;
- можливість отримання додаткового прибутку від упровадження методу, K5 [4].

Декомпозицію задачі ієрархії вибору сценарію розвитку ринку подано на рис. 1 [4].

Після побудови декомпозиції задачі ієрархії визначаємо пріоритетність критеріїв при виборі альтернатив на підставі попарних оцінок суджень (табл. 1) [4].

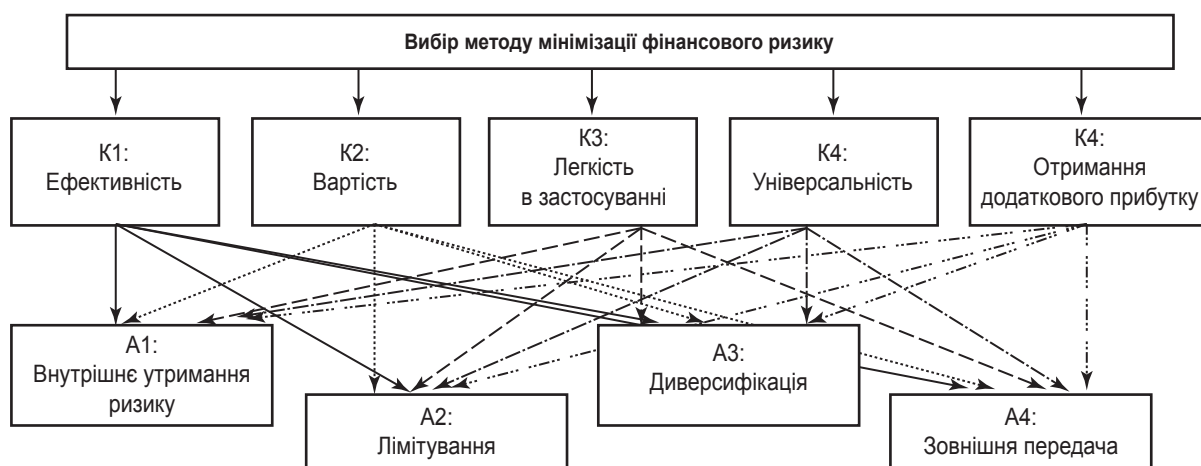


Рис. 1. Декомпозиція задачі ієрархії вибору методу мінімізації фінансових ризиків діяльності підприємства

Таблиця 1

Матриця попарних порівнянь пріоритетності критеріїв при виборі методу мінімізації фінансових ризиків діяльності підприємства

i \ j	K1	K2	K3	K4	K5	W	Wi
K1	1	3	5	7	9	3,94	0,51
K2	0,33	1	3	5	7	2,04	0,26
K3	0,20	0,33	1	3	5	1,00	0,13
K4	0,14	0,20	0,33	1	3	0,49	0,06
K5	0,11	0,14	0,20	0,33	1	0,25	0,03
Сума	1,79	4,68	9,53	16,33	25	7,72	1

Відповідно до поданої матриці при вирішенні критерій K1 має істотну перевагу (51 %), критерій K2 має середнє значення (26 %), K3 важливіший порівняно з іншими критеріями на 13 %. Не дуже значущими є критерії K4 (6 %) і K5 (3 %). Оцінка узгодженості думок експертів підтверджує достовірність розрахунків: $I_u = 0,060$ – індекс узгодженості не перевищує 0,2, а $V_U = 0,054$ – відношення узгодженості не перевищує 0,1.

Наступним етапом є визначення пріоритетів альтернатив за кожним із критеріїв.

За критеріями «ефективність» (K1), «легкість в застосуванні» (K3) та «можливість отримання додаткового прибутку від упровадження методу» (K5) пріоритетною є альтернатива A1 (внутрішнє утримання ризику). Найдешевшими (K2) є альтернативи A2 (лімітування), A3 (диверсифікація). Альтернативи A1 та A4 (внутрішнє утримання ризику та страхування) є найуніверсальнішими, оскільки мінімізують вплив різних видів фінансових ризиків. Оцінка узгодженості думок експертів підтверджує достовірність розрахунків визначення пріоритетів альтернатив [3]. Найпріоритетнішу альтернативу за всіма критеріями визначають шляхом перемноження матриці пріоритетів альтернатив за кожним критерієм на матрицю пріоритетів (рис. 2) [3].

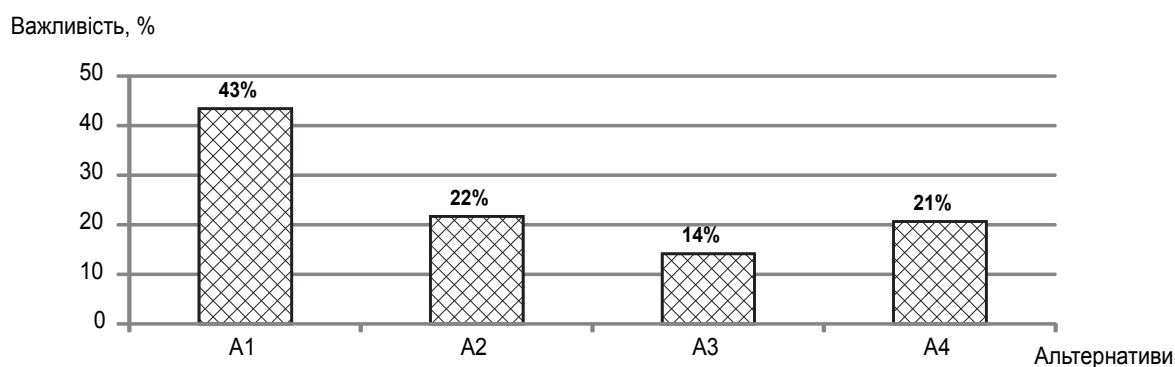


Рис. 2. Пріоритетність альтернатив

A1 – внутрішнє страхування ризику: підприємству слід сформувати резервний фонд у мінімальному розмірі державних нормативів; A2 – лімітування як захід з утримання показників ліквідності та платоспроможності підприємства на достатньому рівні, що забезпечує фінансову стійкість підприємства; A4 – страхування недоотримання прибутку, страхування на випадок зниження обумовленого рівня рентабельності або запасу фінансової стійкості як гарантія фінансової безпеки підприємства (рис. 2) [4].

Таким чином, експертне оцінювання альтернатив методом аналізу ієрархій дало змогу визначити пріоритетність методів мінімізації ризиків за кількісними та якісними критеріями з урахуванням людського фактора. Подальшого розв'язання потребує питання впровадження саме обраних методів мінімізації фінансових ризиків у політику окремих підприємств будівельної галузі.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Алексєенко І. І.

Література: 1. Черкасов В. В. Проблемы риска в управленческой деятельности. М. : Рефл-бук ; Киев : Ваклер, 2002. 320 с. 2. Землячова О. А., Савочка Л. С. Класифікація фінансових ризиків та методи їх зниження. *Науковий вісник: фінанси, банки, інвестиції*. 2012. № 3. С. 50–57. 3. Жихор О. Б., Балясна Ю. С. Управління фінансовими ризиками та методи їх нейтралізації на підприємстві. *Фінансово-кредитна діяльність: проблеми теорії та практики*. 2011. № 2. С. 149–153. 4. Диба М. І. Суть та види фінансових ризиків у системі ризик-менеджменту підприємства. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка»*. 2008. № 635. С. 22–28.

МАТРИЦЯ ФІНАНСОВИХ СТРАТЕГІЙ ПАТ «ТРЕСТ ЖИТЛОБУД-1»

УДК 65.012.23

Фурсова А. Ю.

Магістрант 1 року навчання
фінансового факультету ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. Із застосуванням матриці фінансових стратегій Франшиона–Романе визначено поточний стан ПАТ «Трест Житлобуд-1». Наведено рекомендації щодо подальшого розвитку суб'єкта господарювання та поліпшення його фінансового стану.

Ключові слова: підприємство, організація, фінанси, фінансовий стан, фінансова стратегія, фінансова рівновага, менеджмент, стратегічний менеджмент, матриця фінансових стратегій, матриця фінансових стратегій Франшиона–Романе.

Аннотация. С применением матрицы финансовых стратегий Франшиона–Романе определено текущее состояние ПАО «Трест Жилстрой-1». Приведены рекомендации касательно дальнейшего развития предприятия и улучшения его финансового состояния.

Ключевые слова: предприятие, организация, финансы, финансовое состояние, финансовая стратегия, финансовое равновесие, менеджмент, стратегический менеджмент, матрица финансовых стратегий, матрица финансовых стратегий Франшиона–Романе.

Annotation. Using the matrix of financial strategies of Franchona–Romane, the current state of PJSC «Trest Zhilstroy-1» is determined. The recommendations are given regarding the further development of the enterprise and the improvement of its financial condition.

Keywords: enterprise, organization, finance, financial state, financial strategy, financial equilibrium, management, strategic management, matrix of financial strategies, matrix of financial strategies of Franchona–Romane.

Із переходом до ринкової економіки діяльність підприємств усе більше зазнає дії різноманітних ризиків, ступінь впливу яких постійно зростає у зв'язку зі зміною умов ведення господарської діяльності, а також зростанням рівня конкуренції. На результат та ефективність діяльності суб'єктів господарювання, які функціонують за умов фінансової та політичної нестабільності, впливають не лише показники їх доходності, але і рівень ризиковості. Ризики, що супроводжують цю діяльність, виділяють у особливу групу фінансових ризиків, що мають найбільше значення у загальному портфелі ризиків підприємства [6]. Оцінка фінансових ризиків на підприємствах будівельної галузі є актуальною, оскільки будівництво є однією з провідних галузей економіки та впливає як на обсяг валового внутрішнього продукту країни, так і на зайнятість і соціальний добробут населення.

Дослідженням проблем аналізу, оцінки й управління фінансовими ризиками займалися Бланк І. О., Терещенко О. О., Шелудько В. М., Поддєрьогін А. М., Масалігіна В. В., Говорушко Т. А., Внукова Н. М. та ін.

Для визначення стратегічних фінансових цілей подальшого розвитку суб'єкта господарювання необхідно визначитися зі стратегічним позиціонуванням суб'єкта господарювання в динаміці. Для цього застосовують матрицю фінансових стратегій Франшиона–Романе.

Метою написання статті є визначення стадії фінансового розвитку підприємства будівельної галузі, оцінка стратегічних альтернатив на підставі матриці Франшиона–Романе, а також розробка рекомендацій щодо формування оптимальної фінансової стратегії з урахуванням особливостей галузі.

Матриця фінансових стратегій Франшиона–Романе дозволяє визначати поточний стан суб'єкта господарювання з точки зору фінансового ризику, розглядати ситуацію в динаміці задля визначення стратегічного напрямку фінансової стратегії суб'єкта господарювання залежно від зміни ключових показників його діяльності. Використання матриці ґрунтується на розрахунку таких показників: результату господарської діяльності, результату фінансової діяльності та результату фінансово-господарської діяльності.

Результат господарської діяльності розраховують за формулою:

$$РГД = БР - \Delta ФЕП - \Delta ОФ + ІД, \quad (1)$$

де $БР$ – бруто-результат від експлуатації інвестицій;

$\Delta ФЕП$ – зміна фінансово-експлуатаційних потреб;

$\Delta O\Phi$ – зміна первісної вартості основних фондів за звітний період
 $I\Delta$ – інші доходи [7].

Результат фінансової діяльності розраховують за формулою:

$$P\Phi D = \Delta ПК - B\phi - ПП - \Delta + Дук - Вук - \Phi I\Delta + D\phi, \quad (2)$$

де $\Delta ПК$ – зміна позикового капіталу за звітний період;

$B\phi$ – фінансові витрати;

$ПП$ – податок на прибуток від звичайної діяльності;

Δ – виплачені дивіденди;

$Дук$ – дохід від участі у капіталі;

$Вук$ – втрати від участі у капіталі та інші витрати;

$\Phi I\Delta$ – довгострокові фінансові інвестиції;

$D\phi$ – інші фінансові доходи [7].

Результат фінансово-господарської діяльності розраховують за формулою:

$$P\Phi G\Delta = PГД + P\Phi D, \quad (3)$$

де $PГД$ – результат господарської діяльності;

$P\Phi D$ – результат фінансової діяльності [7].

За умов нестабільності та невизначеності сучасні вітчизняні підприємства перебувають на тій стадії, коли найважливішими факторами забезпечення їх розвитку є ефективне формування та використання фінансових ресурсів, яке є пов'язаним передусім із застосуванням нових систем і методів управління цими процесами. За таких умов суттєво зростає роль фінансової стратегії, що забезпечує пріоритетні напрями розвитку підприємства. При цьому виникає необхідність стратегічного аналізу його діяльності, що є спрямованим на сприяння досягненню короткострокових і довгострокових цілей.

Формування фінансової стратегії із застосуванням матричного підходу є важливою складовою успішного функціонування будь-якого підприємства незалежно від розміру, організаційно-правової форми та виду діяльності. Її застосування допомагає забезпечити високу конкурентоспроможність, платоспроможність, фінансову стійкість і прибутковість підприємства.

Застосування матриці фінансових стратегій Франціона–Романе дає змогу з'ясувати поточний стан підприємства з точки зору фінансового ризику, розглядати ситуацію в динаміці та прогнозувати зміни фінансової стратегії, планувати його майбутній стан, формувати ефективну фінансову стратегію [7].

Результат фінансово-господарської діяльності показує величину і динаміку грошових коштів підприємства після здійснення всього комплексу інвестиційно-виробничої та фінансової діяльності фірми. Від'ємне значення результату фінансово-господарської діяльності протягом тривалого періоду може призвести до банкрутства підприємства [7].

Результати розрахунку показників фінансово-господарської діяльності ПАТ «Трест Житлобуд-1» подано в табл. 1 [6].

Таблиця 1

Результати розрахунку фінансово-господарської діяльності ПАТ «Трест Житлобуд-1», 2014-2016 рр.

Показник	Умовне позначення	2014	2015	2016
1	2	3	4	5
1. Брутто-результат експлуатації інвестицій	БРЕІ	319753	449212	512536
Чистий дохід від реалізації продукції	ЧД	319753	449212	512536
Матеріальні витрати	МВ	0	0	0
Витрати на оплату праці	ВП	0	0	0
Обов'язкові платежі, що є пов'язаними з оплатою праці	ОП	0	0	0
2. Зміна величини фінансово-експлуатаційних потреб	Δ ФЕП	285099	443291	935843
Матеріальні запаси на початок періоду	Зап поч.	233983	318674	484292
Матеріальні запаси на кінець періоду	Зап кін	318674	484292	1098186
Дебіторська заборгованість підприємства на початок періоду	ДЗ поч	123229	359590	534939

Закінчення табл. 1

1	2	3	4	5
Дебіторська заборгованість підприємства на кінець періоду	ДЗ кін	359590	534939	299124
Кредиторська заборгованість підприємства на початок періоду	Кр поч	291287	255334	357658
Кредиторська заборгованість підприємства на кінець періоду	Кр кін	255334	357658	915422
ФЕП на початок	ФЕП1	648499	933598	1376889
ФЕП на кінець	ФЕП2	933598	1376889	2312732
3. Виробничі інвестиції	ВІ	13870	10655	79089
4. Звичайні продажі майна	ПМ	0	0	0
Результат господарської діяльності	РГД	20784	-4734	-502396
5. Зміна позикових коштів підприємства	ПК	363880	342045	-50705
Позикові кошти підприємства на початок періоду	ПКп	103681	467561	809606
Позикові кошти підприємства на кінець періоду	ПКк	467561	809606	758901
6. Відсотки банку	ВБ	-33448	-37051	-16994
7. Податок на прибуток	ПП	1156	-3295	-4653
8. Виплачені дивіденди	ВД	0	0	0
9. Суми, отримані від емісії акцій	ЕА	0	0	0
10. Кошти, вкладені у статутні фонди інших підприємств	УФ	-400633	-867504	-679703
11. Довгострокові фінансові вкладення	ДФ сер	3200	248	9241
12. Отримані відрахування від прибутку заснованих підприємств і доходи від інших довгострокових фінансових вкладень	ОПУ	367088	830414	662390
Результат фінансової діяльності	РФД	1160693	2080061	1303794
Результат фінансово-господарської діяльності	РФГД	1181477	2075327	801398

Після розрахунку основних показників можна умовно віднести підприємство до одного з квадрантів матриці, а також визначити, на якій стадії фінансового розвитку перебуває підприємство. Доповнимо матрицю фінансових стратегій Франшона–Романе матрицею стадій фінансового розвитку, розробленою на основі моделі фірми Дюпон, відповідно до якої передбачено розрахунок показників рентабельності сукупного капіталу (ROA), рентабельності продажів (Рп) та оборотності активів (ОА). Сформовану матрицю та назву квадрантів подано у табл. 2 [6].

Згідно із табл. 1 за методикою Франшона–Романе залежно від результатів фінансової та господарської діяльності підприємства виділяють 18 типів фінансової стратегії. Значення показників фінансово-господарської діяльності ПАТ «Трест Житлобуд-1» за 2014–2016 рр. подано у табл. 2 [2].

Таблиця 2

Значення показників фінансово-господарської діяльності ПАТ «Трест Житлобуд-1», 2014–2016 рр.

Показник	Роки		
	2014	2015	2016
Результат господарської діяльності	20784	-4734	-502396
Результат фінансової діяльності	1160693	2080061	1303794
Результат фінансово-господарської діяльності	1181477	2075327	801398
Номер квадранта	6	3	3
Рентабельність продажів	0,0120	-0,0639	0,0041
Оборотність активів	1,3090	1,4621	1,1982
Рентабельність сукупного капіталу	0,0158	-0,0935	0,0049
Номер квадранта	17	10	17

Згідно із даними табл. 2 ПАТ «Трест Житлобуд-1» у 2014 р. мало додатні значення результатів господарської, фінансової та фінансово-господарської діяльності. Тому підприємство перебувало у 6 квадранті – «Холдинг», для якого характерним є фінансування діяльності переважно за рахунок позикових коштів. У 2015 р. та 2016 рр. результат господарської діяльності був від'ємним, тому підприємство потрапило до 3 квадранта – «Хитка рівновага»

За показниками рентабельності продажів, оборотності активів і рентабельності капіталу підприємство у 2014 р. перебувало у 17 квадранті – «Нестійкий фінансовий стан», для якого характерним є зниження показників

оборотності та низький рівень рентабельності продажів. У 2015 р. через зниження фінансових результатів та отримання збитків для підприємства характерним був кризовий фінансовий стан (квадрант 10).

Спостерігається приплив коштів від господарської діяльності підприємства, тобто воно мало прибуток, але цей прибуток осідав на розрахунковому рахунку та не використовувався у вигідних (найризикованіших) фінансових операціях.

Можливі напрямки розвитку підприємства за таких умов можна відстежити за допомогою показників оборотності. Якщо відбувається прискорення показників оборотності всього капіталу підприємства, то його розміщення у квадранті 1 можна вважати стійким і вдалим для його діяльності, воно має можливість перейти до квадранта 4. Якщо показники оборотності уповільнюються, що характерне для ПАТ «Трест Житлобуд-1», для такого підприємства характерним є старіння виробництва: його устаткування застаріле, зношені основні фонди. Якщо не вкласти додаткові кошти у відновлення основних фондів, то таке підприємство переміститься до квадранта 7 [3].

У 2016 р. підприємство мало додатні значення рентабельності продажів і рентабельності капіталу. Однак, простежується зниження оборотності активів, що характерне для нестійкого фінансового стану. Можливими напрямками розвитку підприємства за умови підвищення прибутковості діяльності та оборотності ресурсів є перехід у квадранти 11; 12 та 15.

Положення ПАТ «Трест Житлобуд-1» в квадрантах матриці Франсона–Романе у 2014–2016 рр. подано у табл. 3 [3].

Таблиця 3

Позиціонування ПАТ «Трест Житлобуд-1» в матриці Франсона–Романе, 2014–2016 рр.

Стадія фінансового розвитку	$РФД < 0$	$РФД = 0$	$РФД > 0$
$РГД > 0$	1.	4.	6. 2014 р. •
$РГД = 0$	7.	2.	5.
$РГД < 0$	9.	8.	3. 2015 р., 2016 р. •
Стадія фінансового розвитку	$Pn < 0$	$Pn \in [0;0,1)$	$Pn \geq 0,1$
$OA \uparrow$	10. 2015 р. •	13.	15.
$\Delta OA = 0$	16.	11. \uparrow	14.
$OA \downarrow$	18.	17. \rightarrow 2014 р., 2016 р.	12.

Таким чином, як свідчать результати проведених розрахунків, недоліками обраної фінансової стратегії ПАТ «Трест Житлобуд-1» у 2014–2016 рр. є низький рівень фінансової стійкості, прибутковості, оборотності ресурсів і подальше зниження значень усіх цих показників. Однак, підприємство має досить великий потенціал розвитку. Якщо у наступному періоді підприємство зможе збільшити виручку від продажів за ефективного використання наявних економічних і фінансових ресурсів, воно досягне стійкого фінансового стану. Тому для ПАТ «Трест Житлобуд-1» необхідним є формування фінансової стратегії з акцентом на підвищення фінансової стійкості та прибутковості діяльності, а також підвищення платоспроможності підприємства. Дослідження проведено з метою подальшої розробки стратегічного планування діяльності ПАТ «Трест Житлобуд-1» для покращення його фінансового стану та нейтралізації дії фінансових ризиків.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Голофаєва І. П.

Література: 1. Шелудько В. М. Фінансовий ринок : підручник. Київ : Знання, 2006. 536 с. 2. Поддєрьогін А. М., Білик М. Д., Буряк Л. Д. Фінансовий менеджмент / за ред. А. М. Поддєрьогіна. Київ : ХНЕУ, 2008. 552 с. 3. Масалітіна В. В. Планування руху грошових коштів в системі управління фінансовими ризиками : автореф. дис. ... канд. екон. наук : 08.06.01. Київ, 2002. 18 с. 4. Говорушко Т. А. Страхові послуги : навч. посіб. Київ : Центр навч. літ., 2005. 400 с. 5. Внукова Н. М., Успенко В. І., Временко Л. В. Страхування : теорія та практика : навч. посіб. Харків : Бурун книга, 2004. 376 с. 6. Бланк І. А. Управление финансовой стабилизацией предприятия. Киев : Эльга ; Ника-Центр, 2003. 484 с. 7. Терещенко О. О., Бабяк Н. Д. Фінансовий контролінг : навч. посіб. Київ : ХНЕУ, 2013. 408 с.

ТЕХНОЛОГІЯ АНАЛІЗУ НАЯВНОСТІ ТА ЕФЕКТИВНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ОБОРОТНИХ АКТИВІВ ПІДПРИЄМСТВА

УДК 658.15.012.8

Харченко Є. О.

Студент 4 курсу
фінансового факультету ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. Досліджено особливості технології аналізу наявності та ефективності використання оборотних активів суб'єктів підприємництва. Проаналізовано систему етапів технології аналізу наявності та ефективності використання оборотних активів підприємства.

Ключові слова: підприємство, організація, фінанси, фінансовий стан, активи, оборотні активи, технологія аналізу оборотних активів, ефективність використання оборотних активів.

Аннотация. Исследованы особенности технологии анализа наличия и эффективности использования оборотных активов субъектов предпринимательства. Проанализирована система этапов технологии анализа наличия и эффективности использования оборотных активов предприятия.

Ключевые слова: предприятие, организация, финансы, финансовое состояние, активы, оборотные активы, технология анализа оборотных активов, эффективность использования оборотных активов.

Annotation. The features of technology analysis of the availability and efficiency of use of circulating assets of business entities are investigated. Analyzed the system of stages of technology analysis of the availability and efficient use of current assets of the enterprise.

Keywords: enterprise, organization, finance, financial condition, assets, current assets, current assets analysis technology, current assets utilization efficiency.

За сучасних умов ринкової економіки вітчизняні підприємства зацікавлені у стабільному та ритмічному функціонуванні. Від ефективності використання оборотних активів залежить рівень ліквідності підприємства, його фінансова стійкість, платоспроможність і рентабельність. Однак, сучасною економічною наукою не запропоновано єдиного методичного підходу до визначення показників оцінки ефективності використання оборотних активів.

Метою написання статті є розробка технології аналізу наявності та ефективності використання оборотних активів підприємства.

Дослідженням питань теорії та практики аналізу оборотних активів займалися і займаються Нідлз Б., Колдуел Д., Уїлсон П., Бутинець Ф., Бланк І., Мец В., Мних Є., Крамаренко Г., Мельник Л., Кірейцев Г., Цал-Цалко Ю. та ін. Однак, незважаючи на наявність численних теоретичних розробок, на сьогодні немає узгодженості у підходах до аналізу оборотних активів, отже, питання потребує подальшого поглибленого дослідження.

Технологія аналізу ефективності використання оборотних активів підприємства полягає в обґрунтуванні методів збору й обробки даних щодо оборотних активів підприємства, які дозволяють надати об'єктивну оцінку тенденцій розвитку та визначити резерви підвищення ефективності використання оборотних активів підприємства.

Інформаційною базою для здійснення аналізу оборотного капіталу підприємства є звітність підприємства: балансові звіти підприємства – форма № 1, звіти про фінансові результати підприємства – форма № 2.

У роботі змодельовано процес аналізу ефективності використання оборотних активів підприємства. Для цього застосовано технологію структурного аналізу SADT (модель IDEF0). IDEF0 – методологія функціонального моделювання та графічна нотація, призначена для формалізації та опису бізнес-процесів. Відмінною особливістю IDEF0 є її акцент на підпорядкованість об'єктів. В IDEF0 розглядають логічні відносини між роботами [3].

У процесі аналізу предметної області складено контекстну діаграму аналізу ефективності використання оборотних активів підприємства (рис. 1) [4].

У контекстній діаграмі визначено такі інтерфейсні дуги:

– вхід: об'єкт (процедура, операція), що перебуває у взаємодії із зовнішнім середовищем і отримує інформацію; вхідною є фінансова інформація про діяльність підприємства: звіт про фінансовий стан і звіт про фінансові результати;

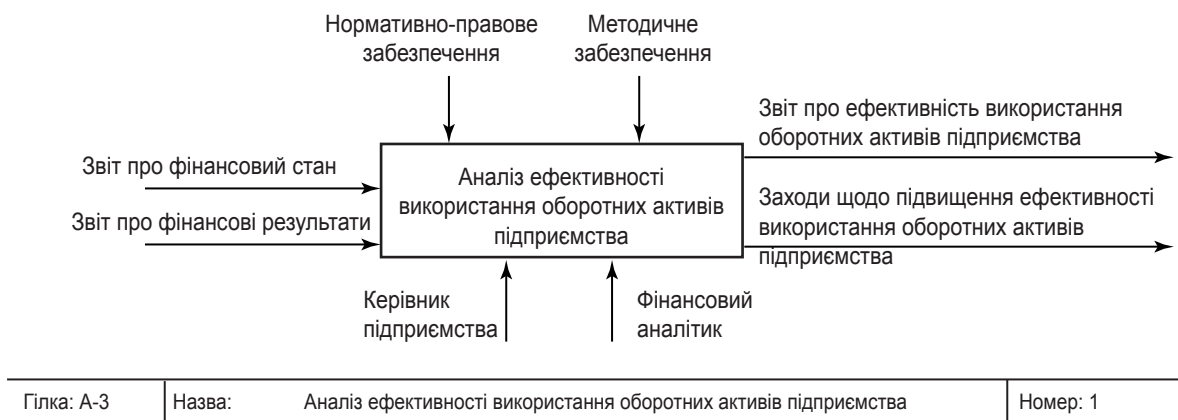


Рис. 1. Контекстна діаграма процесу аналізу ефективності використання оборотних активів підприємства

– вихід: об’єкт (процедура, операція), що взаємодіє із зовнішнім середовищем і передає інформацію, яка є результатом виконання процесу; вихідною інформацією є звіт про ефективність використання оборотних активів підприємства та заходи щодо підвищення ефективності використання оборотних активів підприємства;

- управління: методичне забезпечення, нормативно-правова база;
- ресурси – суб’єкти, які здійснюють процес: фінансовий аналітик і керівник підприємства [4].

Наступним етапом моделювання є деталізація отриманої інформації з аналізу ефективності використання оборотних активів підприємства у вигляді контекстної діаграми, що відображає сукупність етапів процесу (рис. 2) [4].

Першим етапом процесу аналізу ефективності використання оборотних активів підприємства є формування інформаційної бази. Цей процес передбачає збір даних, оцінку значущості та достовірності отриманих даних; обробку даних, що складається з формалізації, фільтрації та сортування даних; систематизацію даних, що сприятиме швидкому пошуку й відбору необхідної статистичної інформації; оновлення даних. На базі цього відбувається формування системи показників [5].

Одним із головних завдань аналізу оборотних активів є визначення їх загального розміру й дослідження структури, адже для забезпечення довгострокової ефективної виробничої діяльності підприємству необхідно мати достатній рівень поточних активів, щоб бути спроможним покрити кредиторські зобов’язання і зберегти свою ліквідність і платоспроможність.

Другим етапом процесу є аналіз динаміки загального обсягу оборотних активів підприємства, їх частки у майні підприємства та динаміки зміни частки; аналіз змін у їх обсязі впродовж звітного періоду; зіставлення темпів зростання оборотних активів з темпами інфляції. На цьому етапі необхідно визначити абсолютну величину оборотних активів (підсумок другого розділу активу балансу) та їх динаміку. У більшості випадків за нормальних економічних умов (за низького рівня інфляції) позитивною тенденцією вважають поступове зростання величини оборотних активів, що свідчить про розширення господарської діяльності підприємства.

На третьому етапі здійснюють аналіз динаміки складу оборотних активів підприємства в розрізі основних їх видів: запасів сировини, матеріалів і напівфабрикатів, запасів готової продукції, дебіторської заборгованості та залишків грошових активів. На цьому етапі аналізу розраховують і вивчають темпи зміни суми кожного з цих видів оборотних активів у зіставленні із темпами зміни обсягу виробництва й реалізації продукції; розглядають динаміку питомої ваги основних видів оборотних активів у загальній їх сумі. За підсумками розрахунків роблять висновки про вплив змін величин окремих елементів оборотних активів на відхилення їх загальної суми, а також про ступінь раціональності структури оборотних активів (найраціональніша, у цілому раціональна, нераціональна) і причини її зміни. При цьому як негативні явища слід розглядати випереджаючі темпи зростання величини та питомої ваги незавершеного виробництва, оскільки це є непрямою ознакою неритмічності виробничого процесу, а також величини і питомої ваги дебіторської заборгованості: зростання відволікання оборотних активів з обігу, хоч і тимчасове, не сприяє підвищенню ефективності поточної діяльності підприємства [2; 4; 5].

Наступним етапом процесу аналізу ефективності використання оборотних активів підприємства є розрахунок відносних показників ефективності використання оборотних активів підприємства, декомпозицію якого подано на рис. 3 [2; 5].

Основними показниками, що відображають ефективність використання оборотних активів, є коефіцієнти ділової активності. Окрім показників ділової активності, для оцінки ефективності використання оборотних активів

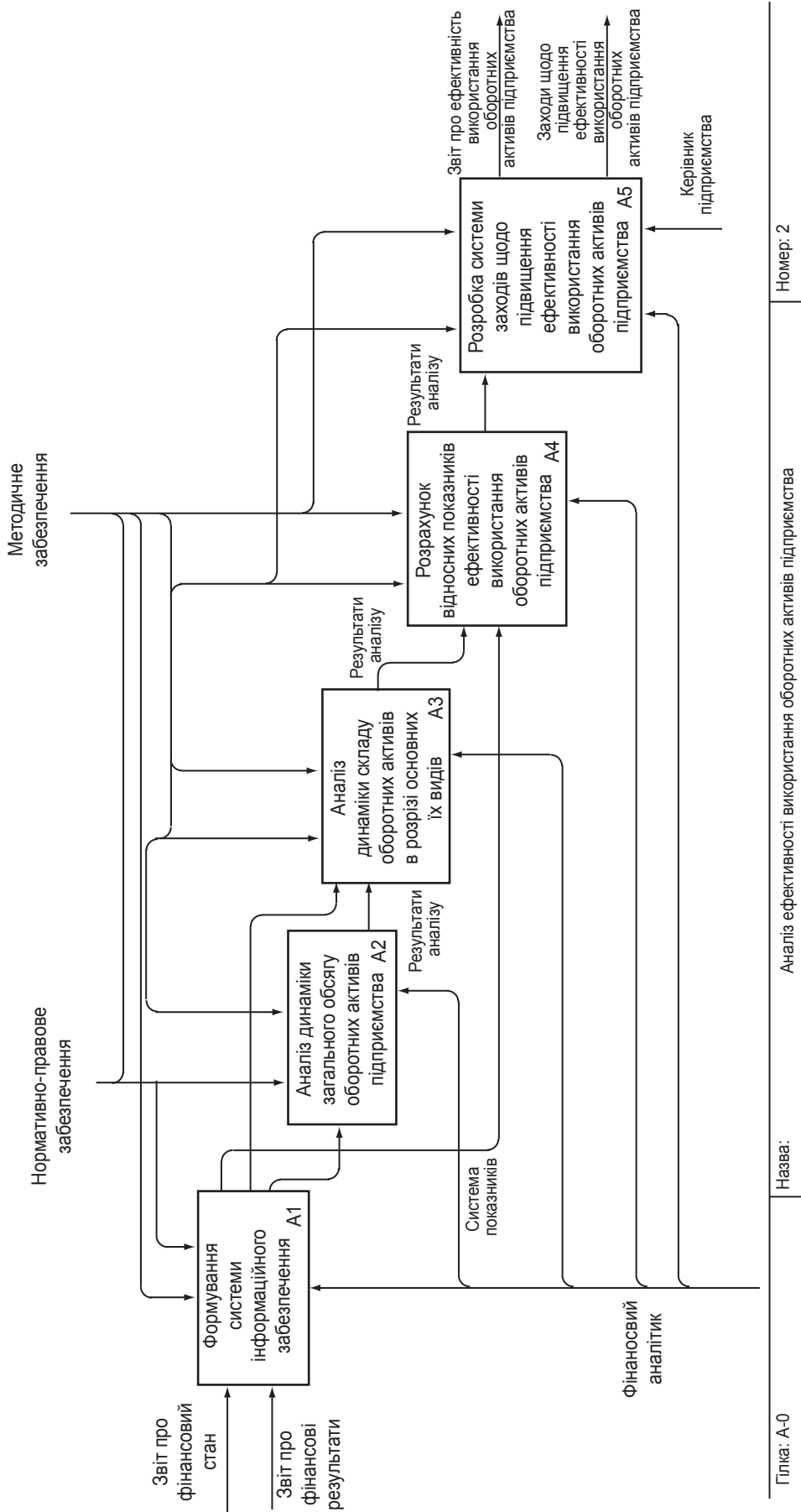


Рис. 2. Етапи аналізу ефективності використання оборотних активів підприємства (декомпозиція першого рівня «Аналіз ефективності використання оборотних активів підприємства»)



слід розраховувати рентабельність оборотних активів і коефіцієнт ефективності використання оборотних активів [2; 4].

Наявність якісних результатів діагностики передбачає проведення поетапного дослідження оборотних активів і потребує доступу до всієї необхідної інформації. Достовірність результатів дозволяє приймати ефективні управлінські рішення і досягати поставлених цілей діяльності. Підприємства, які своєчасно виявляють наявні проблеми у формуванні та використанні майна, мають вищі шанси виходу з поточної кризової ситуації чи такої, що загрожує в майбутньому. Ефективність використання оборотних активів забезпечує підприємству належний майновий і фінансовий стан.

Покращення використання оборотних активів вивільняє оборотний капітал підприємства; вивільнення може бути абсолютним і відносним. Абсолютне вивільнення оборотних активів є прямим скороченням потреби в оборотних активах порівняно із попереднім періодом за одночасного збільшення обсягу виробництва. Відносне вивільнення оборотних активів виникає, якщо внаслідок поліпшення їх використання підприємство з такою самою сумою оборотних активів або з незначним їх зростанням у плановому році збільшує обсяг виробництва [6].

Таким чином, аналіз ефективності використання оборотних активів дає змогу забезпечувати максимальні фінансові результати підприємства за використання найдоцільнішої політики формування оборотних активів для досягнення максимальної ефективності їх використання.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Сабліна Н. В.

-
- Література:** 1. Ващенко Н. В., Максимович Ю. І. Створення ефективної системи управління оборотними активами підприємства на основі діагностичного інструментарію. *Сталий розвиток економіки*. 2013. № 3. С. 260–265. 2. Костецький Я. І. Аналіз складу і структури оборотних активів. *Інноваційна економіка*. 2014. № 1. С. 188–192. 3. Маклаков С. В. Моделирование бизнес-процессов с BPwin 4.0. М. : Диалог-МИФИ, 2002. 224 с. 4. Олександренко І. В. Методичні підходи до діагностики оборотних активів підприємства. *Бізнес Інформ*. 2014. № 2. С. 277–283. 5. Пігуль Н. Г., Назаренко Л. В. Аналіз стану оборотних активів вітчизняних підприємств. *Молодіжний науковий вісник УАБС НБУ*. 2013. № 4. С. 333–342. 6. Шурпенкова Р. К., Іванчук О. Й. Сутність та сонови організації аналізу оборотних активів. *Вісник Запорізького національного університету*. 2010. № 3 (7). С. 150–154.



ІДЕНТИФІКАЦІЯ СТАДІЇ ФІНАНСОВОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА НА ПІДСТАВІ АНАЛІЗУ ЙОГО ПОЗИЦІЇ У МАТРИЦІ ФРАНШОНА–РОМАНЕ

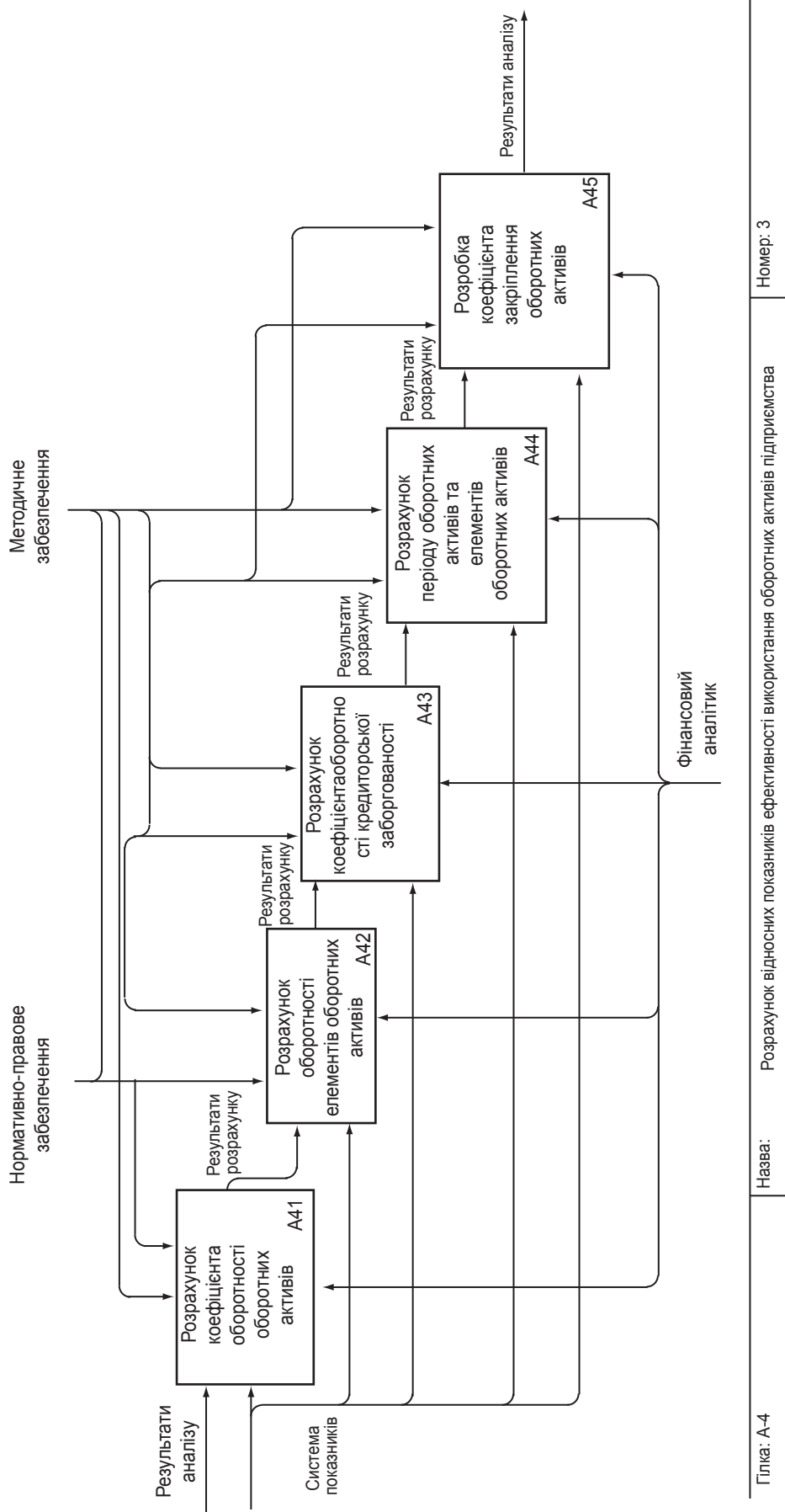
УДК 658. 1 (075)

Хирна К. С.

Магістрант 1 року навчання
фінансового факультету ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. Розглянуто процес побудови матриці фінансових стратегій Франшона–Романе. Обґрунтовано необхідність її застосування у розрізі формування фінансової стратегії. Ідентифіковано стадію фінансового розвитку конкретного підприємства, визначено можливі напрямки її зміни.

Ключові слова: підприємство, організація, фінанси, фінансовий стан, фінансова стратегія, фінансова рівновага, стадія фінансового розвитку, матричний підхід, матриця фінансових стратегій Франшона–Романе.



Гілка: А-4 Назва: Розрахунок відносних показників ефективності використання оборотних активів підприємства Номер: 3

Рис. 3. Декомпозиція другого рівня розрахунку відносних показників ефективності використання оборотних активів підприємства

Аннотація. Рассмотрен процесс построения матрицы финансовых стратегий Франшиона–Романе. Обоснована необходимость ее применения в разрезе формирования финансовой стратегии. Идентифицирована стадия финансового развития конкретного предприятия, определены возможные направления ее изменения.

Ключевые слова: предприятие, организация, финансы, финансовое состояние, финансовая стратегия, финансовое равновесие, стадия финансового развития, матричный подход, матрица финансовых стратегий Франшиона–Романе.

Annotation. The process of constructing a matrix of financial strategies of Franchiona–Romane is considered. The necessity of its application in the context of the formation of a financial strategy is substantiated. Identified stage of financial development of a particular company, identified possible directions for its change.

Keywords: enterprise, organization, finance, financial state, financial strategy, financial equilibrium, stage of financial development, matrix approach, Franchiona–Romane matrix of financial strategies.

На сучасному етапі розвитку ринкової економіки підприємства у процесі своєї діяльності стикаються із значною кількістю ризиків. Одним із найбільш загрозливих їх видів є фінансовий ризик, що може спричинити зниження фінансових результатів, падіння фінансової стійкості, погіршення платоспроможності й у підсумку призвести до банкрутства. За таких умов успішне функціонування підприємства вимагає вчасного визначення пріоритетних напрямків його розвитку та розробки відповідної фінансової стратегії, що є генеральним планом щодо забезпечення підприємства фінансовими ресурсами.

Дослідженням питань розробки та реалізації фінансової стратегії на підприємстві займалися і займаються Портер М., Бригхем Ю., Бланк І., Іванюта С., Бутиріна В., Верещаєва Г., Горяїнова С., Ткачук І. та ін. Однак, незважаючи на наявність численних теоретичних розробок, детальнішого розгляду потребує діагностика стадії фінансового розвитку як одного з найважливіших етапів формування фінансової стратегії підприємства.

Метою написання статті є визначення стадії фінансового розвитку підприємства м'ясопереробної галузі промисловості із застосуванням матриці Франшиона–Романе для вибору оптимальної фінансової стратегії, орієнтованої на ефективне управління фінансовими ризиками.

Серед множини методів діагностики стадії фінансового розвитку найвідомішою є матриця фінансових стратегій Франшиона–Романе. Цей інструмент виділяється серед інших методів тим, що дозволяє не лише визначити поточний стан компанії з точки зору фінансового ризику, але й розглянути ситуацію в динаміці, прогнозувати зміни фінансової стратегії залежно від зміни важливих показників діяльності, а також планувати майбутній стан компанії, цілеспрямовано змінюючи ці показники та знижуючи рівень фінансового ризику [3].

Методика визначення стану фінансової рівноваги за матрицею Франшиона–Романе ґрунтується на розрахунку трьох узагальнюючих показників: результату господарської діяльності (РГД), результату фінансової діяльності (РФД) та результату фінансово-господарської діяльності (РФГД), які дають змогу оцінити загальний фінансовий стан підприємства [4].

Результат господарської діяльності (РГД) з економічного погляду може бути визначений як сума грошових коштів підприємства після фінансування всіх витрат, що є пов'язаними з його розвитком. Його розраховують за формулою (1):

$$РГД = БРЕІ - \Delta ФЕП - ВІ + ЗПМ, \quad (1)$$

де *БРЕІ* – бруто-результат експлуатації інвестицій;
ΔФЕП – зміни фінансово-експлуатаційних потреб;
ВІ – виробничі інвестиції;
ЗПМ – звичайні продажі майна [3].

Результат фінансової діяльності відображає фінансову політику підприємства, його визначають за формулою (2):

$$РФД = \Delta ПК - В - ПП - ВД + ЕА - СФ - \Delta Ф сер. + ВПЗ, \quad (2)$$

де *ΔПК* – зміна позикових коштів підприємства;
В – відсотки, вартість фінансування;
ПП – податок на прибуток;
ВД – виплачені дивіденди;
ЕА – суми, отримані від емісії акцій;
СФ – кошти, вкладені у статутні фонди інших підприємств;

ДФ сер. – довгострокові фінансові вкладення;

ВПЗ – відрахування від прибутку заснованих підприємств [3].

Результат фінансово-господарської діяльності (РФГД) показує величину і динаміку грошових коштів підприємства після здійснення всього комплексу інвестиційно-виробничої та фінансової діяльності, його розраховують за формулою (3):

$$РФГД = РГД + РФД [3]. \quad (3)$$

Додатне значення результату фінансово-господарської діяльності свідчить про наявність у підприємства вільних грошових коштів для фінансування інших напрямів діяльності, від'ємне – про нестачу вільних грошових коштів, що може призвести до ліквідних ускладнень або скорочення можливостей підприємства. Тривале генерування від'ємних значень результату фінансово-господарської діяльності може призвести до банкрутства підприємства [2].

Для визначення місця розташування підприємства у квадрантах матриці необхідно встановити, чому дорівнюють розраховані показники: більше нуля, менше нуля або приблизно дорівнюють нулю. Для цього результат господарської діяльності, результат фінансової діяльності та результат фінансово-господарської діяльності порівнюють із величиною доданої вартості. Якщо відношення обраного показника до величини доданої вартості менше 10 % за модулем, то відповідний показник приблизно дорівнює нулю. Для підприємства бажано мати додатні значення показників, оскільки тоді стратегічний фінансовий ризик є мінімальним. Однак, можливі незначні коливання їх значень [5].

Після проведення розрахунків описаних показників підприємство умовно можна віднести до одного з дев'яти квадрантів матриці фінансових стратегій (табл. 1) [5].

Таблиця 1

Матриця фінансових стратегій Франсона–Романе

Стадія фінансового розвитку	$РФД < 0$ Гальмування	$РФД \approx 0$ Стабілізація	$РФД > 0$ Зростання
$РГД > 0$ повільне зростання	1. $РФГД \approx 0$ Батько сімейства	4. $РФГД > 0$ Рантьє	6. $РФГД > 0$ Холдинг
$РГД = 0$ оптимальне зростання	7. $РФГД < 0$ Епізодичний дефіцит	2. $РФГД \approx 0$ Стойка рівновага	5. $РФГД > 0$ Атака
$РГД < 0$ форсоване зростання	9. $РФГД < 0$ Криза	8. $РФГД < 0$ Дилема	3. $РФГД \approx 0$ Нестійка рівновага

Відповідно до матриці виділяють дев'ять типів фінансової стратегії, що об'єднані у три групи: квадранти 1; 2 і 3, які розміщуються у межах головної діагоналі матриці, вважають зоною рівноваги. Над діагоналлю розміщується зона успіхів, якій відповідають квадранти 4; 5 і 6. Значення результату фінансово-господарської діяльності в цій зоні лише додатні, а фінансовий ризик є мінімальним. Під діагоналлю, складовими якої є квадранти 7; 8 і 9, розміщується зона дефіцитів, у якій показник результату фінансово-господарської діяльності набуває від'ємних значень.

Ідеальним для підприємства є положення у квадранті під номером 1, найгіршим є розміщення у квадранті 3. Квадрант 2 посідає середню позицію між квадрантом 1 і квадрантом 3. Економічну інтерпретацію стадій фінансового розвитку підприємства подано в табл. 2 [4; 5].

Проведемо оцінку стратегічного положення ПрАТ «Богодухівський м'ясокомбінат» із застосуванням матриці Франсона–Романе. Значення ключових показників, необхідних для визначення стадії фінансового розвитку підприємства, подано в табл. 3 [4].

Бачимо (табл. 3), що результат фінансової діяльності Богодухівського м'ясокомбінату мав від'ємне значення. Фінансова діяльність підприємства більшою мірою є пов'язаною лише з виплатою податку на прибуток, оскільки підприємство не сплачує дивіденди, не користується банківськими кредитами, не здійснює інвестицій у заснування інших підприємств. У такій ситуації від'ємне значення результату фінансової діяльності доцільно інтерпретувати як таке, що приблизно дорівнює нулю. Показник результату господарської діяльності мав від'ємні значення у 2015 р. і 2016 р. і набув додатного значення лише у 2017 р. Однак, це значення було занадто малим, тому визначено як таке, що приблизно дорівнює нулю. Відповідно до отриманих розрахункових значень показників визначимо місце ПрАТ «Богодухівський м'ясокомбінат» в одному з дев'яти квадрантів матриці (табл. 4) [4].

Таблиця 2

Економічна інтерпретація стадій фінансового розвитку підприємства

Стадія фінансового розвитку	Економічна інтерпретація	Пріоритетні сфери фінансового розвитку, що забезпечують реалізацію стратегії
Зростання	Найсприятливіша стадія фінансового розвитку, підприємство успішно розвивається, ефективно використовує капітал; зростає вартість підприємства	Прискорене зростання потенціалу формування фінансових ресурсів підприємства
Стабілізація	Підприємство розвивається, але недостатньо ефективно, стрибкоподібно, зростання вартості підприємства не відбувається	Забезпечення ефективного розподілу та використання фінансових ресурсів підприємства
Гальмування	Підприємство розвивається неефективно: поставлені цілі не досягаються, відбувається руйнування вартості бізнесу	Формування достатнього рівня безпеки підприємства

Таблиця 3

Результати фінансового-господарської діяльності ПрАТ «Богодучівський м'ясокомбінат»

Рік	РГД		РФД		РФГД	
	Абсолютне значення	Логічне значення	Абсолютне значення	Логічне значення	Абсолютне значення	Логічне значення
2015	-3 405,667	< 0	-171	≈ 0	-3576,667	< 0
2016	-2 885,833	< 0	-111	≈ 0	-2996,833	< 0
2017	110,67	≈ 0	-89	≈ 0	21,667	≈ 0

Таблиця 4

Місце ПрАТ «Богодучівський м'ясокомбінат» в матриці фінансових стратегій Франсона–Романе

Логічні значення показників	РФД < 0	РФД ≈ 0	РФД > 0
РГД > 0	1. РФХД ≈ 0	4. РФХД > 0	6. РФХД > 0
РГД ≈ 0	7. РФХД < 0	2017 ↑ 2. РФХД ≈ 0	5. РФХД > 0
РГД < 0	9. РФХД < 0	2016 ← 8. РФХД < 0	2015 3. РФХД ≈ 0

Проведені розрахунки свідчать, що аналізоване підприємство протягом 2015–2017 рр. змінювало свою позицію на матриці фінансових стратегій. Так, у 2015–2016 рр. підприємство перебувало у дев'ятому квадранті, розташованому під головною діагоналлю – у зоні дефіцитів. Підприємство мало від'ємний грошовий потік від операційної діяльності, низьку ліквідність. Фінансування поточної діяльності здійснювалося за рахунок власних коштів і поточної, а саме кредиторської заборгованості. Така ситуація значною мірою є спричиненою небажанням менеджменту підприємства залучати банківські кредити та підвищувати кредитний ризик. Окрім того, не здійснювалися інвестиції у розвиток підприємства.

У 2017 р. підприємство «мігрувало» з зони дефіцитів до 2 квадранту – зони стійкої рівноваги. Результат господарської діяльності вийшов з від'ємного значення до нуля завдяки збільшенню виробничих інвестицій і скороченню фінансово-експлуатаційних потреб. Управління підприємства спромоглося прийняти правильні стратегічні рішення та досягти підвищення обсягу виробництва, і, як наслідок, зростання чистого прибутку та збільшення обсягів грошових коштів на рахунках у банку. Отримане положення підприємства у матриці фінансових стратегій дає підстави оцінити його діяльність у такий спосіб: підприємство отримує доходи, але не здійснює активної фінансової та інвестиційної діяльності [4].

Така позиція має найбільшу кількість варіантів зміни поточної ситуації, як до привабливих для підприємства (1; 4; 5; 6), так і до позиції дефіциту (7). Найкращим варіантом є перехід у перший квадрант «Батько сімейства», оскільки у цьому випадку підприємство здійснює ефективну господарську діяльність, має можливості для самофінансування та зменшення заборгованості за рахунок додатного фінансового результату від господарської діяльності. Однак, такий перехід можливий за стабільної економічної ситуації, зростання рівня рентабельності та незначної конкуренції на ринку. Сприятливим варіантом також є перехід до п'ятого квадранта «Атака», який розміщується у зоні успіхів і характеризується забезпеченістю власними фінансовими ресурсами. Менш прийнятним є перехід



до сьомого квадранта «Епізодичний дефіцит», але він можливий у разі дефіциту ліквідних коштів. Найгіршим варіантом для аналізованого підприємства є перехід до третього квадранта, оскільки ця зона є передкризовою та може призвести до повної втрати фінансової стійкості.

Таким чином, застосування матриці фінансових стратегій Франшона–Романе дозволило оцінити стадію фінансового розвитку підприємства та визначити, що поточна стратегія розвитку ПрАТ «Богодухівський м'ясокомбінат» є недостатньо ефективною, охоплює більшою мірою лише господарську діяльність підприємства, не є орієнтованою на фінансову діяльність. З огляду на стадію фінансового розвитку для цього підприємства пріоритетною має стати розробка фінансової стратегії, спрямованої на забезпечення ефективного розподілу та використання наявних фінансових ресурсів. На підставі отриманих результатів топ-менеджмент зможе прийняти зважені рішення задля розробки ефективної фінансової стратегії підприємства.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Кузенько Т. Б.

Література: 1. Бутиріна В. М., Верещаєва Г. А. Визначення фінансової стратегії розвитку підприємства. *Науковий вісник НЛТУ України*. 2011. № 21. С. 177–182. 2. Забаріна К. Ф., Нечаєва І. А. Особливості використання інструментів стратегічного менеджменту з метою комплексної оцінки фінансової діяльності підприємства. *Економічний аналіз*. 2014. № 3. С. 37–43. 3. Горова О. О. Аналіз стратегічних альтернатив підприємства на основі позиціонування в матриці фінансової рівноваги. *Управління розвитком*. 2013. № 18. С. 110–114. 4. Семенов А. Г. Матриця фінансових стратегій. *Вісник економічної науки України*. 2008. № 2. С. 139–146. 5. Горяїнова С. Б. Визначення стадії фінансового розвитку підприємства у процесі розробки фінансової стратегії. *Інноваційна економіка*. 2010. № 18. С. 267–269.



ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ МЕРЧАНДАЙЗИНГУ: СУТНІСТЬ, КЛЮЧОВІ СФЕРИ ТА ІНСТРУМЕНТИ

УДК 339.338

Хмелевська А. А.

Магістрант 2 року навчання
факультету менеджменту і маркетингу ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. Досліджено теоретичні основи мерчандайзингу. Проаналізовано його сутність, ключові сфери та інструменти.

Ключові слова: підприємство, організація, менеджмент, мерчандайзинг, попит на продукцію, інновації.

Аннотация. Исследованы теоретические основы мерчандайзинга. Проанализированы его сущность, ключевые сферы и инструменты.

Ключевые слова: предприятие, организация, менеджмент, мерчандайзинг, спрос на продукцию, инновации.

Annotation. The theoretical foundations of merchandising are investigated. Analyzed its essence, key areas and tools.

Keywords: enterprise, organization, management, merchandising, product demand, innovation.



У сучасному світі зростає кількість товарів, тому для підприємств важливого значення набуває така складова маркетингової діяльності, як просування. Саме просування покликане забезпечити ефективні комунікації компанії зі споживачами, сформувати образ бренду, постійно заохочувати споживачів до покупки певних товарів. Просування має кілька форм, серед яких реклама, зв'язки з громадськістю, стимулювання продажів і прямі продажі. У практиці просування значення такого його елементу, як стимулювання продажів, постійно зростає.

Стимулювання продажів охоплює широкий спектр засобів, які мають посилити відповідну реакцію з боку ринку. Одним із методів стимулювання продажів, що набуває все більшого значення у сучасному управлінні, є мерчандайзинг. Він має створити в точках продажів умови для активізації споживчої поведінки покупців. Основним завданням мерчандайзингу є збільшення обсягів продажів, що є актуальною проблемою вітчизняних торговельних і виробничих підприємств.

Дослідженням теоретичних і практичних аспектів мерчандайзингу займалися Веллохф А., Массон Ж.-Е., Корзун А., Толмачова І., Козлов А., Любимов В., Бурматиков А., Сисоєва С. та ін.

Метою написання статті є подальший розвиток теоретичних основ мерчандайзингу.

Вивчення літературних джерел дає підстави стверджувати, що в спеціальній літературі не існує однозначного тлумачення сутності поняття мерчандайзингу. Так, тлумачний словник Вебстера визначає мерчандайзинг як організацію продажів товару у роздрібній точці та управління цими продажами. Веллохф А. і Массон Ж.-Е. розглядають мерчандайзинг як рух товару до споживача [1]. Кеппнер К. визначає мерчандайзинг як необхідний товар у необхідний час за необхідною ціною та у необхідній кількості. Наукове визначення сутності мерчандайзингу подано в роботі Толмачової І.: сукупність методів і технік, що є спрямованими на збільшення продажів за рахунок грамотного подання товару у торговельній точці (роздрібній, гуртовій чи в інтернет-магазині) [6]. Сисоєва С., Бузукова Е. визначають мерчандайзинг як:

- систему організації продажу товарів та управління нею;
- маркетинг у точці роздрібних продажів чи маркетинг у магазині;
- мистецтво (технологія) викладки товару;
- система заходів, що проводяться у мікросвіті магазину та є спрямованими на те, щоб покупцю було зручно, приємно та вигідно здійснювати покупки [4].

Отже, у спеціальній літературі існує чимало визначень сутності мерчандайзингу. Серед них є такі, що висвітлюють переважно практичну значущість мерчандайзингу, і такі, що акцентують увагу на технологічному аспекті. Але всі підходи зосереджують увагу на тому, що мерчандайзинг стосується процесу продажів і є спрямованим на збільшення обсягів продажів і задоволення потреб споживачів [1; 3; 4; 6].

У мерчандайзингу постачальника більшість авторів виділяють три ключові сфери:

- запаси – наявність оптимальної кількості товару у торговельному залі й на складі магазину, заходи з контролю стоків і замовлень продукції;
- розміщення (викладка) – викладка товарів у торговельному залі;
- представлення – комплекс заходів із залучення споживача до певного товару: промо-акції, POS-матеріали, елементи графіки, незвична реклама та ін. [4; 6]

Зважаючи на те, що мерчандайзинг реалізується у сфері безпосередньої взаємодії зі споживачем та конкурентами – у магазинах, пропонуємо також виділити ще дві сфери:

- збір інформації про конкретну торговельну точку та дії конкурентів і споживачів;
- побудова взаємовідносин – установа позитивних робочих відносин з особами, що приймають рішення у кожній торговельній точці.

Найчастіше в практиці мерчандайзингу підприємств використовують традиційні інструменти, до яких належать знижки, бонусні пакети, гарантії, премії, купони, компенсації, конкурси, лотереї, приватні торговельні марки, POS-матеріали і додаткові послуги. Вважають, що грамотне комплексне використання наведених інструментів спроможне суттєво збільшити обсяги продажів підприємства.

Розвиток технологій і торговельних процесів, активізація інноваційної діяльності підприємств вимагають постійного оновлення й осучаснення інструментів, використовуваних у межах мерчандайзингу для стимулювання покупців і впливу на їх підсвідомість. Інноваційними методами мерчандайзингу є:

- 3-D вітрини, які є найчастіше використовуваними магазинами одягу: покупцям пропонують одягти 3-D окуляри, що дає змогу роздивитись експозицію та оцінити її оригінальність;
- віртуальні полиці (5-D планограма) – створення наочного, ефективного й максимально реалістичного презентаційного матеріалу; так, компанія P&G розробила віртуальну полицю – Virtual Shelf;
- інтерактивні дисплеї різної складності, які демонструють товар у споживанні кінцевим споживачем чи процес виробництва продукції; до цієї групи інструментів належать і електронні консультанти [2].

Наведені інноваційні інструменти мерчандайзингу вимагають витрат значних коштів, що можуть собі дозволити не всі підприємства торгівлі.

Розрізняють такі інноваційні тенденції в мерчандайзингу:

- орієнтація на емоційне сприйняття товарів цільовими групами покупців;
- відмова від стандартного оформлення торговельного простору в єдиному стилі для виділення різних активних зон продажів за умови збереження єдності загальної концепції;
- динамічна презентація товарів завдяки використанню сучасних мультимедійних засобів [4].

Упровадження інноваційних інструментів мерчандайзингу дає змогу збільшити середню суму покупки, скоротити час вибору товару, збільшити площу викладки товару.

У табл. 1 узагальнено традиційні та інноваційні інструменти мерчандайзингу [1; 2; 4; 6].

Таблиця 1

Традиційні та інноваційні інструменти мерчандайзингу

Традиційні	Інноваційні
Знижки	3-D вітрини
Бонусні пакети	Віртуальні полиці (5-D планограма)
Гарантії	Інтерактивні дисплеї
Премії	Орієнтація на емоційне сприйняття товарів цільовими групами покупців
Купони	
Компенсації	Відмова від стандартного оформлення торговельного простору
POS-матеріали	
Конкурси, лотереї	Динамічна презентація товарів завдяки використанню сучасних мультимедійних засобів
Приватні торговельні марки	

Таким чином, мерчандайзинг у загальному вигляді є сукупністю методів і технік, спрямованих на збільшення продажів за рахунок грамотного представлення товару у торговельній точці. У системі мерчандайзингу застосовують чимало інструментів торговельного маркетингу: знижки, бонусні пакети, гарантії, премії, купони, компенсації, конкурси та лотереї, приватні торговельні марки та POS-матеріали. До них належать і 3-D вітрини, віртуальні полиці (5-D планограми), інтерактивні дисплеї, орієнтація на емоційне сприйняття товарів цільовими групами покупців, відмова від стандартного оформлення торговельного простору, динамічна презентація товарів завдяки застосуванню сучасних мультимедійних засобів. Використання інноваційних інструментів мерчандайзингу дає змогу значно підвищити ефективність продажів підприємств торгівлі за рахунок активізації поведінки споживачів.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Верещакіна Г. В.

Література: 1. Веллхофф А., Массон Ж.-Э. Мерчандайзинг: эффективные инструменты и управление товарными категориями. М. : Издательский Дом Гребенникова, 2004. 280 с. 2. Инновационные технологии в мерчандайзинге. URL: <http://www.merchandising.ru/publications/innovatsionnye-tekhnologii-v-merchandaizinge>. 3. Масляева М. Мерчандайзинг – современный двигатель торговли. *Экономика и жизнь*. 2010. № 11. С. 19–30. 4. Сысоева С., Бузукова Е. Мерчандайзинг : курс управления ассортиментом в рознице. СПб. : Питер, 2010. 264 с. 5. Большой толковый словарь русского языка / под ред. С. А. Кузнецова. СПб. : Норинт, 1998. 1534 с. 6. Толмачова И. А. Эффективный мерчендайзинг. Взгляд поставщика. СПб. : БХВ-Петербург, 2012. 160 с.

УДОСКОНАЛЕННЯ КЛАСИФІКАЦІЇ ТИПІВ АУДИТУ ПЕРСОНАЛУ

УДК 657.6:005.95/.96

Цюкало І. В.

Студент 3 курсу
факультету економіки і права ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. Розглянуто питання аудиту трудових ресурсів. Конкретизовано об'єкт, мету й завдання аудиту персоналу. Досліджено питання визначення ефективності внутрішнього аудиту персоналу. Проаналізовано класифікацію типів аудиту персоналу.

Ключові слова: підприємство, організація, право на працю, трудові ресурси, кадри, персонал, управління персоналом, кадровий аудит, внутрішній аудит трудових ресурсів, етапи аудиту персоналу.

Аннотация. Рассмотрены вопросы аудита трудовых ресурсов. Конкретизированы объект, цели и задачи аудита персонала. Исследован вопрос определения эффективности внутреннего аудита персонала. Проанализирована классификация типов аудита персонала.

Ключевые слова: предприятие, организация, право на труд, трудовые ресурсы, кадры, персонал, управление персоналом, кадровый аудит, внутренний аудит трудовых ресурсов, этапы аудита персонала.

Annotation. The issues of labor resources audit are considered. Concretized object, goals and objectives of the audit staff. The question of determining the effectiveness of internal audit staff. Analyzed the classification of types of audit staff.

Keywords: enterprise, organization, right to work, labor resources, personnel, personnel management, personnel audit, internal audit of labor resources, stages of personnel audit.

В основі успішної діяльності підприємства – не лише грамотне використання матеріальних ресурсів, а й уміле використання трудових ресурсів. Більшість підприємств не приділяє належної уваги управлінню персоналом, а від цього безпосередньо залежить те, наскільки ефективно функціонуватиме підприємство. Тому важливо проводити комплексні дослідження щодо підвищення ефективності управління персоналом.

Аудит персоналу на підприємстві необхідний для встановлення проблем на підприємстві й оцінки соціального середовища підприємства. Не проведена вчасно перевірка персоналу може призвести до фінансових втрат підприємства.

Дослідженням питань аудиту персоналу займалися і займаються Шлендер П. Е., Одегова Ю. Г., Назарова Г. В., Лебединська О. С., Базарова Т. Ю., Егоршина А. П. та ін.

Метою написання статті є вивчення ефективного аудиту трудових ресурсів на підприємстві й удосконалення класифікації типів аудиту персоналу.

У сучасному світі основним економічним ресурсом є вже не капітал, природні ресурси або праця, а знання. Тому на підприємстві головну роль відіграє персонал, який володіє знаннями. Персонал – це особовий склад організації, який охоплює всіх найманих працівників, а також працюючих власників і співвласників. Ефективність праці є найважливішим фактором зростання продуктивності та конкурентоспроможності організації, тому важливо вчасно проводити комплексну оцінку персоналу [3].

Проведення аудиту дає змогу детальніше й об'єктивніше оцінити діяльність підприємства щодо організації трудового процесу і регламентації трудових відносин. У західних країнах і країнах Північної Америки аудит персоналу виділився з управлінського аудиту як самостійний напрям у середині ХХ ст. Чимало компаній вдаються до нього для підвищення ефективності роботи підприємства.

Аудит персоналу – це процес довгострокового забезпечення ефективної системи управління персоналом накопичення й оцінки інформації щодо діяльності персоналу організації задля встановлення відповідності отриманої інформації певним критеріям у інтересах власників [4].

Класифікація типів аудиту персоналу дає підстави дійти висновку, що сфера аудиту персоналу є набагато ширшою, ніж перевірка функціонального підрозділу з управління персоналом, і являє науково обґрунтовану процедуру, що передбачає застосування дослідницьких методів.

Зважаючи на загальну класифікацію типів аудиту персоналу, згруповано й подано вдосконалену класифікацію типів аудиту персоналу (табл. 1) [1–5].

Класифікація типів аудиту персоналу

Ознака класифікації	Тип аудиту персоналу	Особливості проведення аудиту персоналу
Періодичність проведення	Поточний	Проводиться за заздалегідь установленим регламентом за певний період часу
	Оперативний (спеціальний)	Проводиться за оперативним розпорядженням керівництва
	Регулярний	Проводиться через певні проміжки часу
	Панельний	Проводиться з певною періодичністю за незмінною методикою та інструментарієм на тій самій групі людей і тих самих об'єктах
Повнота охоплення досліджуваних об'єктів	Повний	Охоплює всі об'єкти
	Локальний	Охоплює окремо виділену групу об'єктів або один об'єкт
	Тематичний	Охоплює всі об'єкти, але за однією тематикою
Методика аналізу	Комплексний	Застосовувані є весь арсенал методів
	Вибірковий	Аналізу підлягають працівники, обрані за спеціальною методикою – вибіркою
Рівень проведення	Стратегічний	Оцінка проводиться на рівні вищого керівництва
	Управлінський	Оцінка проводиться на рівні лінійних керівників
	Тактичний	Оцінка проводиться на рівні служби управління персоналом
Спосіб проведення перевірки	Зовнішній	Проводиться силами сторонніх фахівців (організацій)
	Внутрішній	Проводиться працівниками самої організації
Обов'язковість аудиту персоналу	Обов'язковий	Проводиться обов'язково для встановлених установ
	Ініціативний	Оцінка проводиться за ініціативою власника
За сферами проведення	Промисловий	Аналізу підлягають робітники, зайняті у виробництві
	Непромисловий	Аналізу підлягають робітники, зайняті у невиробничій сфері

Отже, представлено нові ознаки класифікації типів аудиту персоналу, такі як обов'язковість аудиту та сфери проведення аудиту персоналу.

Законом України «Про аудиторську діяльність» від 22 квітня 1993 р. встановлено, що аудит є обов'язковим у таких установах, як акціонерні товариства, страхові компанії, холдингові компанії, інститути спільного інвестування, дочірні товариства, інші фінансові посередники, професійні учасники ринку цінних паперів та фінансові установи [6]. Згідно із Законом об'єктом перевірки в цих установах є фінансова звітність та показники звітності. Крім фінансових показників у цих установах слід проводити обов'язковий аудит персоналу, оскільки персонал працює з грошима, а це велика відповідальність. Ініціативний аудит персоналу може проводитися з ініціативи власника за необхідністю.

Промисловий аудит персоналу передбачає перевірку роботи персоналу, безпосередньо зайнятого виробництвом і його обслуговуванням. Непромисловий аудит передбачає перевірку роботи персоналу, зайнятого переважно у соціальній сфері діяльності підприємства.

Така класифікація дає змогу визначити напрями, цілі, завдання аудиту персоналу, обґрунтованіше планувати його проведення.

Аудит персоналу відбувається на підставі визначених для будь-якої аудиторської перевірки принципів: професіоналізму, достовірності, чесності й об'єктивності, які збігаються з міжнародними стандартами [7].

Основне питання аудиту персоналу полягає в тому, скільки персоналу і якої якості необхідно мати в організації, щоб ефективно і з найменшими витратами реалізувати обрану стратегію. Основне питання аудиту системи управління персоналом полягає у визначенні обсягу та якості реалізації функцій управління персоналом за умови раціональних витрат на персонал для досягнення стратегічних цілей організації за умов мінливого середовища.

Аудит персоналу дає уявлення лінійним менеджерам щодо внесків їх підрозділів в успіх фірми, формує професійний внесок менеджерів і фахівців відділу людських ресурсів, дає змогу прояснити роль відділу кадрів, що сприяє зростанню стабільності у фірмі.

Аудит персоналу дає змогу систематизувати та інтегрувати в систему управління організацією складне різноманіття робіт щодо управління персоналом, чим зумовлено ефективність здійснюваної оптимізації управління персоналом. Він формує стратегічну перевагу організації у сфері управління персоналом, впливає на ефективність управління організацією в цілому. Це дозволяє організації бути лідером у галузі своєї діяльності за будь-яких ситуаційних умов, сприяє формуванню сильної організації, готової до змін у зовнішньому середовищі, що спроможна адаптуватися до них із користю для себе.



Таким чином, для ефективного функціонування кожної організації важливо проводити аудит персоналу, відповідну діагностичну роботу для вдосконалення поточного стану справ на підприємстві. Класифікація аудиту персоналу дає змогу точніше визначити напрями проведення аудиту персоналу. Оскільки персонал є одним з основних ресурсів, вчасне та грамотне проведення його аудиту є надзвичайно важливим для оптимізації управління персоналом підприємства.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Лебединська О. С.

Література: 1. Дейнека А. В. Управление персоналом организации : учебник для бакалавров. М. : Дашков и К°, 2014. 288 с. 2. Рогуленко Т. М., Пономарева С. В., Бодяко А. В. Аудит : учебник. М. : Кнорус, 2014. 432 с. 3. Симочко М. І. Аудит персоналу як елемент управління діяльністю торговельних підприємств. *Науковий вісник Ужгородського університету*. 2017. № 49. С. 277–281. 4. Лебединська О. С. Зміст аудиту персоналу в системі аудиторських перевірок. *Культура народів Причорномор'я*. 2007. № 103. С. 233–237. 5. Урусова З. П., Баклаженко Ю. В. Аудит персоналу як засіб забезпечення ефективної управлінської діяльності. *Економіка і суспільство*. 2017. № 13. С. 143–146. 6. Про аудиторську діяльність : Закон України від 22.04.93 № 3125-XII // База даних «Законодавство України» / Верховна Рада України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3125-12/ed19930422>. 7. Лебединська О., Назарова Г. Дискусійні питання сутності та змісту принципів та аудиторських процедур при здійсненні аудиту персоналу. *Економічний простір*. 2012. № 63. С. 264–271.



СУТНІСТЬ КАДРОВОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА

УДК 65.050.9

Цяпка І. І.

Магістрант 1 року навчання
факультету економіки і права ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. Проаналізовано сутність поняття кадрової безпеки, конкретизовано її складові. Визначено передумови створення системи кадрової безпеки підприємства. Досліджено групи ризику при прийомі на роботу.

Ключові слова: підприємство, організація, право на працю, трудові ресурси, кадри, персонал, управління персоналом, кадрова безпека, служба кадрової безпеки.

Аннотация. Проанализирована сущность понятия кадровой безопасности, конкретизированы ее составляющие. Определены предпосылки создания системы кадровой безопасности предприятия. Исследованы группы риска при приеме на работу.

Ключевые слова: предприятие, организация, право на труд, трудовые ресурсы, кадры, персонал, управление персоналом, кадровая безопасность, служба кадровой безопасности.

Annotation. The essence of the concept of personnel security is analyzed, its components are specified. The prerequisites for creating a personnel security system of an enterprise are defined. Investigated risk groups for admission to work.

Keywords: enterprise, organization, right to work, labor resources, personnel, personnel, personnel management, personnel security, personnel security service.

За сучасних умов господарювання будь-якому підприємству доводиться пристосовуватися до швидкої зміни зовнішнього середовища, посилення інтеграційних процесів і міжринкової конкуренції. Оцінка своїх реальних можливостей і перспектив розвитку є засобом залишатися на плаву. Саме за таких умов відбувається зростання ролі кадрової безпеки.

Дослідженням сутності та проблематики кадрової безпеки займалися і займаються Кібанов А., Назарова Г., Семенченко А., Кравченко В., Сліпа О. та ін.

Демократизація суспільства, лібералізація економіки та ринку праці, зміна сутності контролю за персоналом, підвищення ролі управління персоналом в управлінні підприємством, тобто соціальні тенденції стають передумовами створення системи кадрової безпеки на підприємстві. Водночас спостерігається ускладнення праці, зростання ролі інноваційної творчості та креативності, посилення самостійності працівників завдяки автономності у прийнятті рішень, що певною мірою ослаблює можливість жорсткого контролю за персоналом [6].

На сьогодні основним фактором виробництва є знання, отже, накопичення і використання людського та інтелектуального капіталу стає джерелом розвитку, процвітання і безпеки підприємства, а гарантування кадрової безпеки підприємства стрімко набуває актуальності.

Розглянемо визначення різними науковцями сутності поняття кадрової безпеки (табл. 1) [1–3].

Таблиця 1

Визначення різними науковцями сутності поняття кадрової безпеки

Автор	Визначення
Кібанов А. [1]	Генеральний напрям кадрової роботи, сукупність принципів і методів, що є спрямованими на збереження, зміцнення й розвиток кадрового потенціалу, створення згуртованого колективу, здатного вчасно реагувати на постійно змінювані вимоги ринку з урахуванням стратегії розвитку організації
Кравченко В. [2]	Елемент економічної безпеки компанії, за умови, що в компанії наявні всі етапи організації та управління персоналом, націлений на встановлення таких трудових і соціокультурних відносин, що забезпечують безбиткову діяльність підприємства
Петров М.	Стан організації як соціальної спільності й індивіда в ній, за якого вплив на них із боку природного, економічного й соціального середовищ, а також внутрішнього середовища самої людини не здатні заподіяти шкоди
Чумарін І.	Процес запобігання негативним впливам на економічну безпеку підприємства за рахунок ризиків і загроз, що є пов'язаними із персоналом, його інтелектуальним потенціалом і трудовими відносинами в цілому
Назарова Г. [3]	Сукупність умов, за яких потенційно небезпечні для підприємства дії або обставини попереджено або зведено до такого рівня, за якого вони не спроможні завдати шкоди встановленому порядку функціонування підприємства, збереженню й відтворенню його майна та інфраструктури і перешкодити досягненню підприємством стратегічних цілей

На підставі узагальнення й систематизації існуючих тверджень визначатимемо кадрову безпеку як одну зі стратегічних цілей підприємства, що є спрямованою на кадрову політику задля унеможливлення негативного впливу зовнішніх і внутрішніх загроз з боку персоналу на діяльність унаслідок їх несанкціонованих дій [1–4; 6].

Як зазначає Сліпа О., кадрова безпека не може бути одним напрямком, вона має охоплювати всі аспекти діяльності персоналу (табл. 2) [4].

Таблиця 2

Складові кадрової безпеки підприємства

Складова	Сутність
1	2
Безпека здоров'я	Створення безпечних умов праці, запобігання виробничому травматизму, професійним захворюванням на підприємстві
Безпека життя	Комплекс заходів, що є спрямованими на недопущення зовнішніх небезпек для персоналу, пов'язаних із його службовою діяльністю
Технологічна безпека	Система аналізу та прогнозування, що є спрямованою на безпечне й сучасне обладнання робочого місця, застосування новітніх технологій, використання кращого досвіду у сфері промислової безпеки й охорони праці
Кар'єрна безпека	Забезпечення професійно-кваліфікаційного та посадового просування працівників, заохочення до підвищення кваліфікації, справедливого кар'єрного зростання, надання можливостей для самореалізації на робочому місці
Адміністративна безпека	Гарантування об'єктивного оцінювання результатів праці та справедливого кар'єрного просування

1	2
Фінансова безпека	Забезпечення гідної та стабільної оплати праці, що відповідає обсягу, кваліфікації, якості виконаної роботи, упевненості у подальшій платоспроможності та збереженні робочого місця
Пенсійно-страхова безпека	Забезпечення соціального захисту персоналу, якісного медичного обслуговування, страхування
Інформаційна безпека	Реалізація сукупності правових, адміністративних, організаційних, технічних та інших заходів, що забезпечують збереження, цілісність інформації та належний порядок доступу до неї
Інтелектуальна безпека	Забезпечення високого рівня володіння сучасними знаннями, впровадження інноваційних практик до управління персоналом, підвищення рівня професійних знань, навичок, умінь, стимулювання прояву ініціативи та здібностей завдяки гнучкій системі преміювання
Психолого-комунікаційна безпека	Створення сприятливого морально-психологічного клімату, забезпечення ефективних комунікацій на підприємстві, комфортних умов праці

З огляду на ці складові кадрова безпека має виявлятися у плануванні потреби у працівниках до їх звільнення, тобто безпосередньо пов'язуючись із кадровою службою, яка і займається всіма процесами, які відбуваються з персоналом. Служба кадрової безпеки повинна розпізнати, відсторонити, вилучити з колективу працівників, які входять або можуть входити до груп ризику (рис. 1) [4].

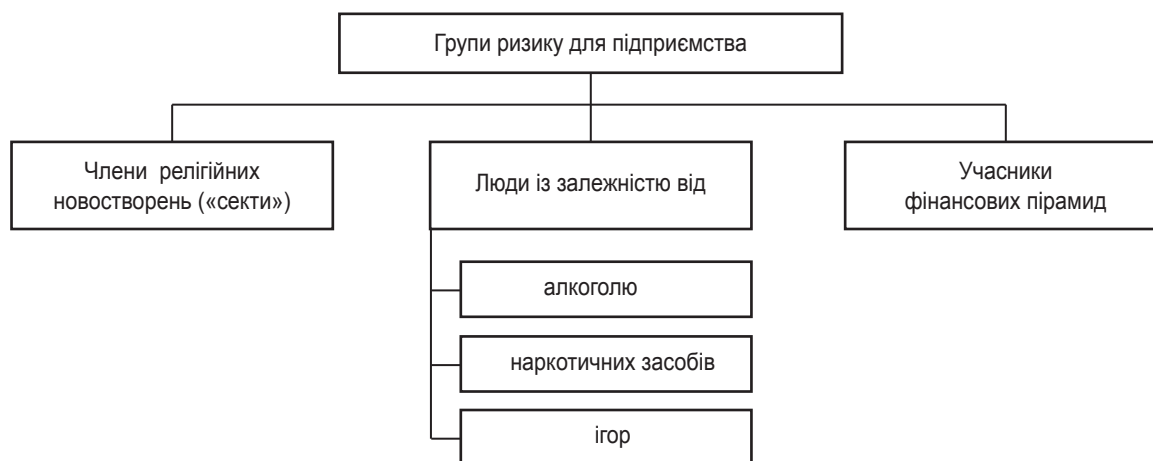


Рис. 1. Групи ризику для підприємства

Особливу увагу слід звернути на співробітників, адже вони скоюють найбільше економічних злочинів (рис. 2) [5; 6].

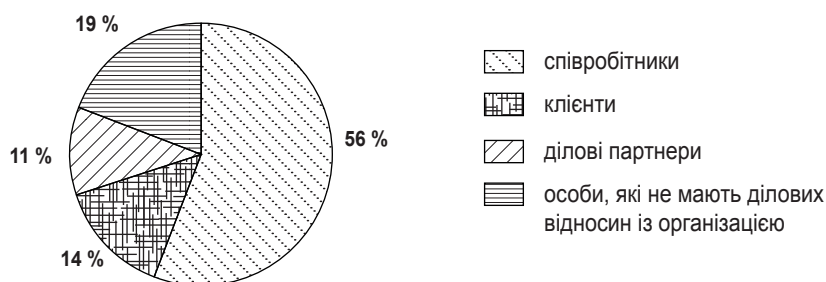


Рис. 2. Суб'єкти скоєння злочинів

Семенченко А. В. виокремлює низку професійно неприпустимих якостей, на які слід звернути увагу при прийомі на роботу (табл. 3) [6]. Однак, навіть якщо у працівника не виявлено таких якостей, неможливо бути впевненим, що ця людина не є загрозою для підприємства.

Детальна перевірка документів, психологічні тести, використання тестів для визначення типу особистості дають змогу зменшити ризик потрапляння до організації небезпечного співробітника.

Таким чином, у організації працівників важливо розглядати не лише як спосіб отримання прибутку та суб'єкт управління, а і як небезпеку. Добре спланований і попереджений ризик не зможе завадити роботі та вивести з ладу всю систему управління.

Види професійно неприпустимих якостей

Вид якостей	Приклади якостей
Авторитарний стиль управління	Упертість, жорсткість, агресивність, догматичність, диктат, нетерпимість до інших думок
Конфліктність	Запальність, некерованість, грубість, емоційна нестійкість
Внутрішня суперечливість	Безвольність, метушливість, невпевненість, низький самоконтроль, проблеми з концентрацією уваги та пам'яттю
Демагогічний стиль обговорень	Пуста багатослівність, індивідуалістичність, пасивність, байдужість, неконструктивність
Інтриганство	Розпалювання конфліктів, брехливість, лицемірство, загострення протиріч, маніпулювання людьми

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Семенченко А. В.

Література: 1. Кибанов А. Я. Управление персоналом организации. М. : Инфра-М, 2005. 638 с. 2. Кравченко О. В. Кадрова безпека – основа економічної безпеки підприємства. *Соціально-трудові відносини: теорія та практика*. 2014. № 1. С. 301–305. 3. Назарова Г. Передумови створення системи кадрової безпеки підприємства. *Регіональні аспекти розвитку продуктивних сил України*. 2010. № 15. С. 34–37. 4. Сліпа О. З. Кадрова безпека підприємства: поняття, структура та основні механізми її забезпечення. URL: <https://naukajournal.org/index.php/naukajournal/article/view/96/134>. 5. Генеральна прокуратура України // Офіційний сайт Генеральної прокуратури України. URL: https://www.gp.gov.ua/ua/prev_combating_corruption.html. 6. Семенченко А. В. Удосконалення кадрової безпеки як елементу посилення фінансово-економічної безпеки підприємства. *Бізнес Інформ*. 2015. № 9. С. 428–433.

АНАЛІЗ ФАКТОРІВ ВПЛИВУ НА ФІНАНСОВУ СТІЙКІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА

УДК 658.1

Чеботарьова А. С.

Студент 4 курсу
фінансового факультету ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. Охарактеризовано систему факторів, що впливають на фінансову стійкість підприємства. Систематизовано надані науковцями та практиками класифікації факторів впливу на фінансову стійкість підприємства, запропоновано їх узагальнюючу характеристику.

Ключові слова: підприємство, організація, фінанси, фінансовий стан, фінансова стійкість, фактори впливу на фінансову стійкість підприємства, зовнішні фактори впливу, внутрішні фактори впливу.

Аннотация. Охарактеризована система факторов, влияющих на финансовую устойчивость предприятия. Систематизированы предоставленные учеными и практиками классификации факторов влияния на финансовую устойчивость предприятия, предложена их обобщающая характеристика.

Ключевые слова: предприятие, организация, финансы, финансовое состояние, финансовая устойчивость, факторы влияния на финансовую устойчивость предприятия, внешние факторы влияния, внутренние факторы влияния.

Annotation. The system of factors affecting the financial stability of the enterprise is characterized. Summarized by scientists and practitioners of the classification of factors influencing the financial sustainability of the enterprise, proposed their generalizing characteristics.

Keywords: enterprise, organization, finance, financial condition, financial stability, factors influencing the financial stability of an enterprise, external factors of influence, internal factors of influence.

За сучасних enterprise, organization, finance, financial condition, financial stability, factors influencing the financial stability of an enterprise, external factors of influence, internal factors of influence економічних умов фінансовий стан більшості підприємств є дуже складним. На діяльність підприємства негативно впливають не лише фактори зовнішнього середовища, а й відсутність відповідного рівня фінансової стійкості підприємства. Фінансова стійкість є властивістю підприємства, що відображає у процесі взаємодії зовнішніх і внутрішніх факторів впливу досягнення стану фінансової рівноваги й здатність не лише утримувати на відповідному рівні протягом деякого часу основні характеристики діяльності підприємства, але і функціонувати та розвиватися. Отже, на фінансову стійкість впливають зовнішні та внутрішні фактори, а ступінь впливу цих факторів і фінансових ризиків на фінансову діяльність підприємства залежить від кон'юнктури фінансового ринку та економіко-політичної ситуації в країні.

Дослідженням і формуванням класифікації факторів впливу на фінансову стійкість займалися Білик М. Д., Павловська О. В., Партин Г. О., Савицька Г. В., Тютюнник Ю. М. та ін. Однак, незважаючи на наявність численних теоретичних розробок, чимало питань залишаються недостатньо сформульованими, немає чіткої загальноприйнятої системи, яка б узагальнювала всі досліджені фактори впливу. Наявністю цих проблемних аспектів і відсутністю узагальнюючої класифікації факторів впливу на фінансову стійкість підприємств зумовлено актуальність цього дослідження.

Метою написання статті є теоретичний аналіз факторів внутрішнього та зовнішнього середовища, що впливають на фінансову стійкість підприємства.

Невизначеність факторів зовнішнього та внутрішнього середовища негативно впливає на діяльність підприємств, що спричиняє відсутність забезпечення відповідного рівня фінансової стійкості. Додатні значення показників фінансової стійкості є підґрунтям для нормального функціонування підприємства і поступового зростання його економічного потенціалу.

У науковій літературі існують різні підходи до тлумачення як фінансової стійкості підприємства, так і факторів, що її визначають. Чимало науковців досліджували та сформували систему факторів впливу на фінансову стійкість з власних позицій. Класифікацію факторів впливу на фінансову стійкість, запропоновану науковцями Білик М. Д. та Павловською О. В., подано на рис. 1 [1; 2].



Рис. 1. Класифікація факторів впливу на фінансову стійкість

Ця класифікація може бути використана не лише для аналізу фінансової стійкості підприємства, але й для прогнозування та визначення стратегії подальшого розвитку діяльності суб'єкта господарювання. Вважаємо, що недоліком цієї класифікації є невизначеність напряму впливу: не вказано, як само ці фактори впливають на фінансову стійкість підприємства.

Партин Г. О. класифікує фактори впливу на фінансову стійкість за ступенем значущості (рис. 2) [2].



Рис. 2. Класифікація факторів впливу на фінансову стійкість підприємства за ступенем значущості

За цією класифікацією базовими є узагальнюючі фактори як результат впливу похідних і деталізуючих факторів; водночас вони генерують взаємодію дрібніших факторів. Похідні фактори є результатом дії базових факторів. Деталізуючими є фактори, за допомогою яких з'ясовують і деталізують механізм впливу похідних факторів на фінансовий стан підприємства [2].

Розглянемо базові фактори, оскільки вони є основоположними для впливу на похідні та деталізуючі. Першою складовою базового фактора є фаза економічного розвитку системи, що впливає на темпи реалізації продукції, виробництва, рівень інвестицій підприємства у товарні запаси, доходи підприємства та населення. Наступним базовим фактором є стадія життєвого циклу підприємства. Цей фактор є основоположним при визначенні загально-економічної мети діяльності підприємства, на досягнення якої мають бути спрямовані всі інші його стратегії [2].

Вважаємо, що ця класифікація не в повному обсязі розкриває сформульований розподіл на внутрішні та зовнішні фактори, чого вимагає визначення самої сутності фінансової стійкості. На відміну від попередньої, у цій класифікації наявний напрям впливу. Перевагою цієї класифікації є логічно вибудована послідовність факторів впливу, тобто базові є результатом дії похідних і деталізуючих факторів (рис. 2) [2].

Узагальнюючи розглянуті класифікації, наведемо класифікацію, у якій увагу зосереджено на виокремленні внутрішніх і зовнішніх факторів впливу на фінансову стійкість підприємства (рис. 3) [1–4].

Зауважимо, що в цій класифікації внутрішні та зовнішні фактори є взаємопов'язаними, але їх вплив на фінансову стійкість підприємства може бути різноспрямованим, тобто одні діють позитивно, інші – негативно. Позитивний вплив певного фактора може бути знижений або повністю нейтралізований впливом іншого, вагомішого фактора.

Таким чином, саме зовнішні та внутрішні фактори узагальнюють перераховані класифікаційні ознаки та їх сутності, оскільки ступінь їх впливу і впливу фінансових ризиків на фінансову діяльність підприємства залежить від кон'юнктури фінансового ринку та зміни економіко-політичної ситуації в країні. Для підвищення ефективності діяльності підприємства слід найретельніше аналізувати вплив різних факторів на фінансову стійкість протягом певного конкретного періоду для обґрунтування тих чи інших стратегій управління, складання прогнозів і виконання планів

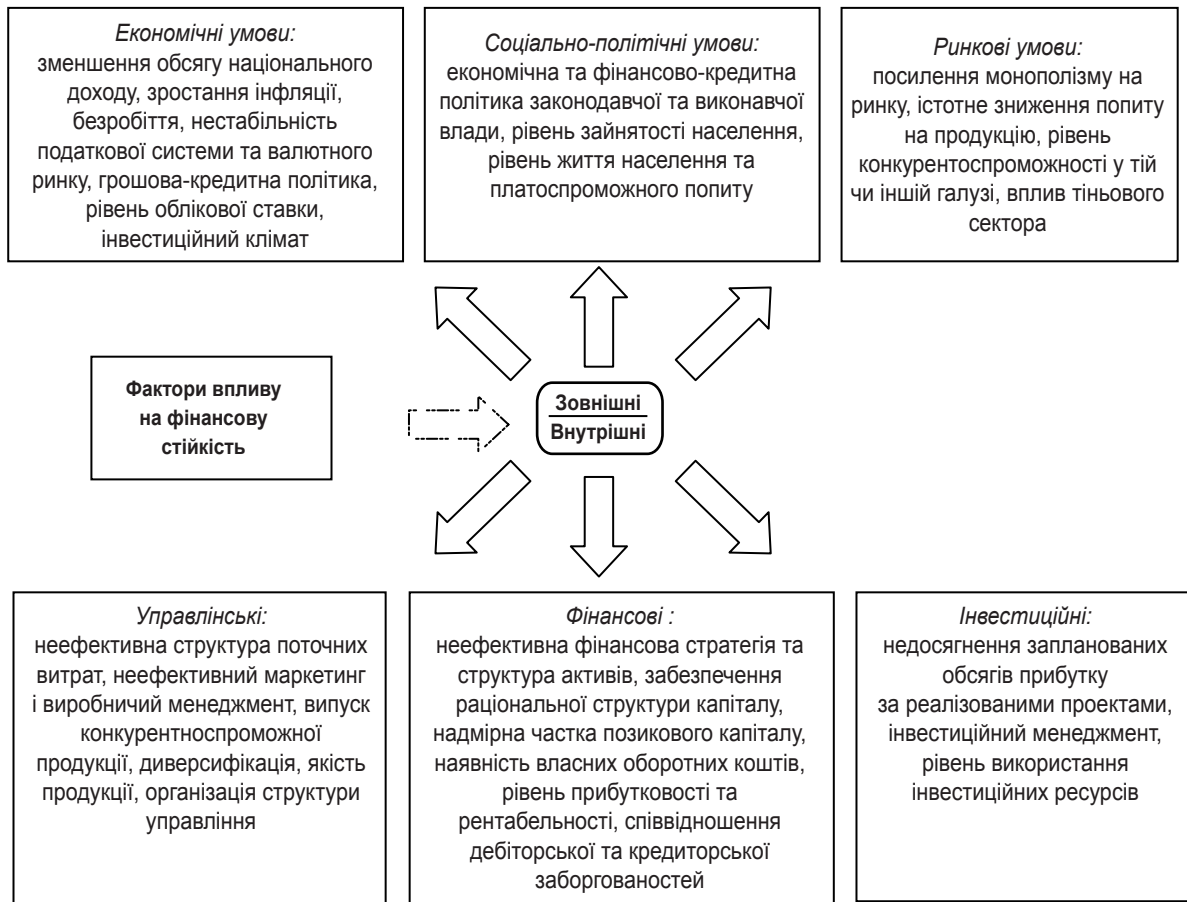


Рис. 3. Узагальнена класифікація факторів впливу на фінансову стійкість

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Добринь С. В.

- Література:** **1.** Білик М. Д., Павловська О. В., Притуляк Н. М., Невмежицька Н. Ю. Фінансовий аналіз : навч. посіб. Київ : КНЕУ, 2005. 592 с. **2.** Партин Г. О. Особливості впливу основних чинників на фінансову стійкість підприємства в умовах фінансово-економічної кризи. *Науковий вісник Національного лісотехнічного університету України*. 2010. № 10. С. 276–279. **3.** Савицкая Г. В. Экономический анализ : учебник. М. : Инфра-М, 2017. 650 с. **4.** Тютюнник Ю. М. Фінансовий аналіз: навч. посіб. Київ : Знання, 2012. 816 с.

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА

УДК 331.101

Чередник А. В.

Магістрант 1 року навчання
факультету менеджменту і маркетингу ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. Досліджено сутність поняття системи управління персоналом як важливого елементу функціонування підприємства. Проаналізовано функції системи управління персоналом.

Ключові слова: підприємство, організація, трудові ресурси, кадри, персонал, управління персоналом, система управління персоналом, функції системи управління персоналом.

Аннотация. Исследована сущность понятия системы управления персоналом как важного элемента функционирования предприятия. Проанализированы функции системы управления персоналом.

Ключевые слова: предприятие, организация, трудовые ресурсы, кадры, персонал, управление персоналом, система управления персоналом, функции системы управления персоналом.

Annotation. The essence of the concept of personnel management system as an important element of the functioning of the enterprise is investigated. Analyzed the functions of the personnel management system.

Keywords: enterprise, organization, labor resources, personnel, personnel management, personnel management system, personnel management system functions.

Система управління персоналом є невід'ємною складовою функціонування підприємства. Від забезпечення підприємства кваліфікованими кадрами, раціонального їх використання залежать організаційно-технічний рівень виробництва, імідж підприємства, його фінансова стабільність і всі показники діяльності.

Дослідженням проблем та особливостей управління персоналом підприємства займалися і займаються Синк Д., Томпсон А., Адамчук В., Дзюба С., Журавель П., Іванцевич Д., Колпаков В., Уткін Е., Шекшня С. та ін. Питанням формування та функціонування системи управління персоналом присвячено роботи Кібанова А., Пошелюжної Л., Балабанової Л., Волощенко А. та ін.

Метою написання статті є розгляд та аналіз теоретичних напрацювань щодо тлумачення сутності системи управління персоналом, а також визначення її функцій.

Аналіз наукових праць з досліджуваного питання дає підстави стверджувати, що цілісна концепція розуміння складу системи управління персоналом відсутня, немає і комплексного дослідження, що могло б стати практичним підґрунтям для промислових підприємств у формуванні власної моделі управління персоналом.

Для сучасного етапу розвитку економіки характерними є жорстка конкуренція, складні та нестабільні економічні умови, стрімкі темпи оновлення технологій, обладнання і виробництва в цілому, збільшенням обсягів перероблюваної інформації, а також обсягів робіт з управління та відповідальності за прийняття управлінських рішень. За таких умов висуваються особливі вимоги до професіоналізму працівників, тому особливу увагу на підприємстві слід приділити управлінню персоналом.

Персонал є одним із найскладніших об'єктів управління в організації, оскільки на відміну від матеріальних факторів виробництва персонал має можливість приймати рішення і критично оцінювати вимоги до них. Персонал також має суб'єктивні інтереси і є надзвичайно чутливим до управлінських впливів.

Різні науковці дають власні визначення сутності поняття «система управління персоналом». Щоб визначити сутність поняття, проведемо його морфологічний аналіз (табл. 1) [4].

Таблиця 1

Морфологічний аналіз сутності поняття «система управління персоналом»

№	Автор	Визначення	Родове поняття
1	2	3	4
1	Варакуліна М.	Сукупність методів, прийомів, процедур щодо впливу організації на своїх співробітників з метою їх максимального використання для досягнення організаційних цілей	Сукупність

Закінчення табл. 1

1	2	3	4
2	Волощенко А.	Система, у якій реалізуються функції кадрового менеджменту (планування, організація, мотивація, контроль) із застосуванням системи методів управління та використанням існуючого ресурсного забезпечення	Система
3	Журавльов П.	Взаємозв'язок функціональних підрозділів (підсистем), що є спрямованими на вдосконалення управлінського спілкування	Взаємозв'язок підсистем
4	Ігнат'єва Ю.	Сукупність пов'язаних погоджених методів і засобів управління персоналом підприємства, що мають упорядкувати, організувати та спрямувати діяльність персоналу на досягнення мети	Сукупність методів і засобів управління персоналом
5	Кібанов А.	Сукупність взаємопов'язаних дій щодо забезпечення управління працею певної якості та кількості	Сукупність дій
6	Лелі Ю.	Структура, функції, ресурси, що забезпечують діяльність організації, потоки інформації та технології управління	Забезпечення діяльності
7	Сидоріна Т.	Сукупність взаємопов'язаних дій щодо забезпечення управління працею певної якості та кількості	Сукупність дій
8	Стецюк М.	Комплексний цілеспрямований вплив на колектив з метою забезпечення оптимальних умов для досягнення мети підприємства	Вплив
9	Султанов І.	Відокремлений склад прийомів, методів, технологій роботи з персоналом, що є спрямованими на рішення завдань для досягнення мети системи	Склад
10	Якименко Н.	Сукупність прийомів, методів, технологій організації роботи з персоналом	Сукупність

На підставі узагальнення й систематизації визначатимемо систему управління персоналом як сукупність взаємопов'язаних методів, дій, технологій і процедур впливу організації на персонал, що є спрямованими на вирішення завдань для досягнення мети підприємства.

Особливості розвитку системи управління персоналом, її роль в організаційній системі визначають характеристики її основних факторів: об'єкта й суб'єкта, цілей системи та її функцій [3].

Об'єктами системи управління персоналом є працівники, робочі групи. Суб'єктами системи управління персоналом є функціональний управлінський персонал і лінійний управлінський персонал.

Цілі та функції системи управління персоналом визначають:

- галузь функціонування підприємства;
- розмір підприємства, який є непрямим обмежувачем доступності ресурсів;
- стиль управління;
- організаційні цінності, при цьому не завжди персонал є основою корпоративної культури;
- заведена на підприємстві стратегія [2; 3].

Функції, які має реалізувати система управління персоналом, тісно переплетені між собою. Система управління персоналом виконує чимало функцій, основні з яких подано в табл. 2 [6].

Таблиця 2

Функції системи управління персоналом підприємства

№	Функція	Опис
1	2	3
1	Планування персоналу	Розробка кадрової політики та стратегії управління персоналом, аналіз кадрового потенціалу, організація кадрового планування та прогнозування потреби в персоналі; підтримка взаємозв'язків із зовнішніми джерелами, які забезпечують організацію кадрами
2	Управління наймом та обліком персоналу	Організація набору кандидатів на вакантну посаду, організація відбору (співбесіди й оцінки) і прийому персоналу, обліку прийому, переміщень, звільнень персоналу; управління зайнятістю, документальне забезпечення системи управління персоналом
3	Оцінка, навчання та розвиток персоналу	Здійснення навчання, перепідготовки та підвищення кваліфікації персоналу, уведення на посаду та адаптація нових працівників, організація та впровадження заходів з оцінки персоналу, управління розвитком кар'єри
4	Управління мотивацією персоналу	Нормування трудового процесу і тарифікації оплати праці, розробка систем матеріального та нематеріального стимулювання, застосування методів морального заохочення персоналу

1	2	3
5	Управління соціальним розвитком	Організація харчування протягом робочого дня, забезпечення охорони здоров'я та відпочинку співробітників, організація соціального страхування
6	Правове забезпечення управління персоналом	Розв'язання питань щодо правових аспектів трудових відносин, узгодження розпорядчих та інших документів з управління персоналом
7	Інформаційне забезпечення управління персоналом	Ведення обліку і статистики персоналу, інформаційне та технічне забезпечення системи управління персоналом; забезпечення персоналу необхідною для роботи науково-технічною інформацією
8	Забезпечення нормальних умов праці	Забезпечення і контроль дотримання вимог психофізіології та ергономіки праці, охорони праці та довкілля
9	Лінійне управління	Управління персоналом організації здійснюється в тому числі і на рівні управління організацією в цілому; цю функцію здійснює не лише служба управління персоналом, а і керівники всіх рівнів

Щоб система могла виконувати свої функції, необхідно підготувати основу. Серед методів, ресурсів та інструментів, які стануть у пригоді, виділяють:

- кадрове забезпечення: без кваліфікованих фахівців з управління персоналом неможливо створити ефективну систему;
- нормативно-методичний супровід, що дає змогу приводити у відповідність роботу системи нормами законодавства й упроваджувати ефективні методи роботи;
- організаційне забезпечення передбачає створення структури управління персоналом;
- інформаційний супровід охоплює оперативну, технічну та довідкову інформацію, що дає змогу своєчасно приймати зважені кадрові рішення;
- матеріально-технічне постачання, оскільки будь-яка робота потребує наявності й використання ресурсів [5].

Зауважимо, що обмеження в доступі до однієї з ресурсних систем у кілька разів знижує ефективність роботи всієї системи управління персоналом.

Таким чином, запропоновано вдосконалене визначення сутності поняття «система управління персоналом», а також охарактеризовано функції системи управління персоналом. Виявлено, що передумовою успішного функціонування підприємства є наявність у застосуванні всіх методів, ресурсів та інструментів, згаданих у статті.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Грузіна І. А.

Література: 1. Баєва О. В., Новальська Н. І., Згалат-Лозинська Л. О. Основи менеджменту : навч. посіб. Київ : Центр навч. літ., 2007. 524 с. 2. Веснин В. Р. Управление персоналом предприятия: теория и практика. М. : Проспект, 2010. 688 с. 3. Гавкалова Н. Л. Менеджмент персоналу : навч. посіб. Харків : ІНЖЕК, 2004. 276 с. 4. Кибанов А. Я. Управление персоналом организации. М. : Инфра-М, 2005. 638 с. 5. Огарков А. А. Управление организацией : учебник. М. : Эксмо, 2006. 512 с. 6. Якименко Н. В., Антипова А. С. Механізм управління персоналом підприємства та його конкурентоспроможність. *Вісник економіки транспорту і промисловості*. 2014. № 45. С. 221-224.

СУТНІСТЬ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ ТА ТЕНДЕНЦІЇ ЙОГО РОЗВИТКУ ЗА СУЧАСНИХ УМОВ

УДК 658.012.32

Чехова О. І.

Магістрант 2 року навчання
факультету менеджменту і маркетингу ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. Проаналізовано сутність стратегічного управління, визначено тенденції його розвитку. Деталізовано основні тенденції розвитку стратегічного управління за сучасних умов.

Ключові слова: підприємство, організація, фінанси, менеджмент, стратегічний менеджмент, тенденція, партнерство.

Аннотация. Проанализирована сущность стратегического управления, определены тенденции его развития. Детализованы основные тенденции развития стратегического управления в современных условиях.

Ключевые слова: предприятие, организация, финансы, менеджмент, стратегический менеджмент, тенденция, партнерство.

Annotation. The essence of strategic management is analyzed, tendencies of its development are determined. The main trends in the development of strategic management in modern conditions are detailed.

Keywords: enterprise, organization, finance, management, strategic management, trend, partnership.

Для ефективного розвитку підприємства важливим є впровадження якісного стратегічного управління: саме від правильно вибраної стратегії залежать успішність функціонування та продуктивність діяльності підприємства. Переломним моментом у системі управління став 1971 р., коли було визначено основні напрямки розвитку стратегічного управління. Вже до 1973 р. стратегічне управління розпочали повноправно впроваджувати у системи управління організаціями. Паралельно із розвитком економіки змінювався також і стиль управління. Було запропоновано чимало визначень поняття стратегічного управління, які сприяли точнішому розумінню цього явища.

Класичну теорію стратегічного планування та стратегічного управління започатковано такими науковцями, як Ансофф І., Мексон М., Томсон А., Стрікленд А., Портер М., Хофер К., Пірс Д., Робінсон Р., Шендел Д., Хаттен К. Питанням стратегічного управління приділяють значну увагу вітчизняні науковці Наливайко А., Шершньова З., Василенко В., Ткаченко Т., Міщенко А., Берданова О., Вакуленко В., Тертичка В. та ін. Однак, незважаючи на наявність численних теоретичних розробок, питання стратегічного управління є актуальним і потребує подальшого поглибленого розгляду.

Метою написання статті є аналіз сутності та змісту стратегічного управління, а також обґрунтування необхідності впровадження принципів стратегічного управління на сучасних вітчизняних підприємствах.

Серед сучасних визначень можна виділити три, які найточніше розкривають сутність цього поняття.

1. Стратегічне управління – багатоплановий формально-поведінковий управлінський процес, що допомагає формулювати та виконувати ефективні стратегії, які сприяють збалансуванню відносин між організацією, її окремими частинами й зовнішнім середовищем, а також досягненню встановлених цілей [1].

2. Стратегічне управління – реалізація концепції, у якій поєднано цільовий та інтегральний підходи до діяльності підприємства, що дає змогу встановлювати цілі розвитку, порівнювати їх із наявними можливостями (потенціалом) підприємства та приводити їх у відповідність шляхом розробки та реалізації системи стратегій [2].

3. Стратегічне управління – процес, за допомогою якого менеджери здійснюють довгострокове управління організацією, визначають специфічні цілі діяльності, розробляють стратегії для досягнення цих цілей, зважаючи на всі релевантні (найсуттєвіші зовнішні та внутрішні) умови, а також забезпечують виконання розроблених відповідних планів, які постійно розвиваються і змінюються [3].

Щороку вимоги до управління, які висуває середовище, у якому функціонують підприємства, стають жорсткішими. Компанії, які підлаштувалися під ці вимоги, мають змогу розвиватися швидше й успішніше, ніж ті, які ще не досягли значущості й необхідності відповідних організаційних дій. Пояснити це можна лише тим, що всі вони використовують свої ресурси або не вповні, або взагалі неналежним чином через відсутність знань про тенденції організаційного розвитку. Це і є тією проблемою, що не дозволяє ефективно організовувати стратегічне управління на підприємстві.

Без правильної організації стратегічного управління вся увага зосереджується на вдосконаленні сильних сторін, при цьому слабкі залишаються зовсім непоміченими, що позначається на благополучному розвитку підприємства та його конкурентній позиції на ринку. Для уникнення негативного впливу важливо спостерігати за змінами, які відбуваються в стратегічному управлінні, визначати тенденції його розвитку. Однією із найважливіших тенденцій розвитку стратегічного управління за сучасних економічних умов є збільшення обсягів його застосування у різних сферах. Паралельно із цим розширюється коло суб'єктів стратегічного управління, тобто в обговоренні та розробці стратегії розвитку організації бере участь і персонал [4].

Ще одна тенденція розвитку стратегічного управління полягає в тому, що воно проникає на всі рівні управління. Справа в тому, що стратегія організації може розглядатися на різних рівнях. Так, для комерційної корпорації можна виділити власне корпоративну стратегію, яка визначає, які види бізнесу і у якій комбінації розвиватиме корпорація; стратегії бізнесу, які визначають, як, у який спосіб і за рахунок яких факторів розвиватиметься цей бізнес; функціональні стратегії, які визначають стратегію здійснення тих чи інших функцій. У зв'язку із цим у межах організації можуть існувати стратегії різного роду: фінансова, кадрова, маркетингова, стратегія закупівель тощо. Безперервність процесу стратегічного планування є ще однією тенденцією стратегічного управління [6].

Із розумінням того, що стратегічне планування – не дискретний процес, а неперервний, приходять і розуміння того, що зовнішнє середовище не є постійним, це мінливе середовище для будь-якої організації на стадії розвитку, що змушує її раз за разом коригувати стратегічний напрям своєї діяльності. Отже, коригування стратегічного плану підприємства є невід'ємною складовою стратегічного управління [6].

Ще однією особливістю розвитку стратегічного управління є акцентування уваги на розвитку стратегічного партнерства, в основі якого – кооперація організацій, що є заснованою на збігу їх інтересів. Партнерство організацій є їх організованою взаємодією для досягнення найефективнішим шляхом загальних (або хоча б таких, які не є суперечливими) економічних, соціальних та інших цілей. Партнерство є способом досягнення партнерами спільних стратегічних цілей для реалізації певної конкурентної стратегії [7; 8].

Також важливою особливістю розвитку стратегічного управління є взаємодія малого та великого бізнесу, що розпочалася на початку 80-х років, коли ефективність малого бізнесу стрімко зросла майже вдвічі. Це сталося завдяки впровадженню нових технологій, унаслідок чого великі бізнеси почали делегувати свою діяльність малим. Як наслідок, ці бізнеси отримали можливість для самореалізації, що і стало потужним поштовхом до їх стрімкого розвитку.

За сучасних економічних умов підходи та методи стратегічного управління, які після впровадження їх у систему управління організацією принесли позитивні результати, успішно починають впроваджуватися до практики великих державних організацій. Нині їх діяльність базується на таких управлінських явищах, як стратегічний контроль, цілі, місія, SWOT-аналіз, стратегічні альянси та ін.

Таким чином, головною характеристикою сучасного стратегічного управління є його розвиток. Щороку воно розширює свої межі, поширюючись на все нові галузі економіки. Нині стратегічне управління спрямоване переважно на когнітивні, інституціональні, евентуальні і, врешті-решт, на культурні аспекти організації діяльності підприємства. Завдяки стрімкому розвитку та поширенню сфера застосування стратегічного управління охоплює ще й державні та некомерційні організації, а також інші соціально-економічні системи. До цього можна додати, що суб'єкти стратегічного управління також перебувають на стадії розвитку. Нині такими є не лише керівники, а й усі учасники об'єктів управління.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Томах В. В.

Література: 1. Аакер А. Д. Стратегическое рыночное управление. Бизнес-стратегии для успешного менеджмента / пер. с англ. под ред. Ю. Н. Каптуревского. СПб. : Питер, 2002. 544 с. 2. Ансофф И. Стратегическое управление / пер. с англ.; науч. ред. и авт. предисл. Л. И. Евенко. М. : Экономика, 1989. 520 с. 3. Василенко В. О., Ткаченко Т. І. Стратегічне управління : навч. посіб. Київ : Центр навч. літ., 2003. 396 с. 4. Карпов А. Стратегический менеджмент: роскошь или средство достижения цели? *Управление компанией*. 2006. № 2. С. 23–28. 5. Клейнер Г. Б. Стратегия предприятия. М. : Дело, 2008. 568 с. 6. Берданова О., Вакуленко В., Тертичка В. Стратегічне планування : навч. посіб. Львів : ЗУКЦ, 2008. 238 с. 7. Гапоненко А. Л., Панкрухин А. П. Стратегическое управление : учебник. М. : Омега-Л, 2004. 472 с. 8. Гребешкова О. М., Махова Г. В. Проектний підхід до формування стратегічних партнерств підприємств. *Збірник наукових праць Черкаського державного технологічного університету*. 2009. № 22. С. 23–27.

РОЗРОБКА ПРАВИЛЬНОЇ МАРКЕТИНГОВОЇ СТРАТЕГІЇ ЯК ЗАПОРУКА УСПІШНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

УДК 339.138.631.11

Чехова О. І.

Магістрант 2 року навчання
факультету менеджменту і маркетингу ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. Проаналізовано сутність поняття маркетингової стратегії, а також її роль у діяльності сучасного підприємства. Деталізовано основні підходи до розробки ефективних маркетингових стратегій, визначено десять кроків на шляху до їх успіху.

Ключові слова: підприємство, організація, фінанси, менеджмент, маркетинг, стратегія, маркетингова стратегія.

Аннотация. Проанализированы сущность понятия маркетинговой стратегии, а также ее роль в деятельности современного предприятия. Детализированы основные подходы к разработке эффективных маркетинговых стратегий, определены десять шагов на пути к их успеху.

Ключевые слова: предприятие, организация, финансы, менеджмент, маркетинг, стратегия, маркетинговая стратегия.

Annotation. Analyzed the essence of the concept of marketing strategy, as well as its role in the activities of a modern enterprise. The main approaches to the development of effective marketing strategies are detailed, ten steps to their success are identified.

Keywords: enterprise, organization, finance, management, marketing, strategy, marketing strategy.

Здатність підприємства досягнути конкурентної переваги на ринку та зберегти її багато в чому залежить від ефективності маркетингової стратегії, орієнтованої на створення виняткової споживчої цінності інновацій, посилення ключових компетенцій інноваційного підприємства, пристосування до потреб ринку, націленість на розробку нових інноваційних продуктів і технологій.

Зростанням на сучасних підприємствах потреби в активному впровадженні інноваційних процесів та інструментів, загальним станом розвитку інноваційної діяльності в Україні, зростанням кількості конкурентів і посиленням конкурентної боротьби, а також дефіцитом наукових знань і досліджень у сфері застосування маркетингових технологій на інноваційному виробництві зумовлено актуальність питання щодо правильної розробки маркетингової стратегії на підприємстві та її вдосконалення [2].

Проблемам обґрунтування сутності та змісту маркетингових стратегій, їх розвитку й удосконаленню присвячували роботи чимало науковців, серед них Котлер Ф., Ламбен Ж., Хершген Х., Ансофф І., Балабанова Л., Решетнікова І., Герасимчук В., Степанова О., Геєць В., Куценко В., Куденко Н. та ін.

Метою написання статті є аналіз сутності поняття маркетингової стратегії, її ролі у функціонуванні сучасних підприємств, а також основних підходів до її розробки та реалізації.

На підставі аналізу, узагальнення й систематизації літературних джерел можна визначити маркетингову стратегію як певний напрямок діяльності підприємства, який забезпечує підвищення можливостей підприємства відповідно до ситуації на ринку, складовими якого є середньострокові та довгострокові рішення щодо цільових сегментів, комплексу маркетингу та рівня маркетингових витрат [4].

Стратегій маркетингу може бути багато, але головне – вибрати з них найбільш вдалу для кожного ринку і кожного товару, тобто стратегію, яка відповідала б вимогам досягнення маркетингових цілей.

Основне призначення маркетингової стратегії полягає в тому, щоб взаємоузгодити маркетингові цілі фірми з її можливостями, вимогами споживачів, використати слабкі позиції конкурентів і власні конкурентні переваги. Маркетингова стратегія охоплює конкретні стратегії діяльності на цільових ринках, застосований комплекс маркетингу, витрати на маркетинг. У стратегіях, розроблених для кожного ринкового сегмента, мають бути розглянуті нові продукти і ті, що вже випускаються; ціни, просування продуктів, доведення продуктів до споживачів, як стратегія реагує на загрози й можливості ринку [4].

Нині у системі маркетингу існують кілька підходів до розробки стратегії:

- стратегічна модель Портера;
- матриця «Дженерал Електрик»;
- підхід, оснований на матриці можливостей за товарами (ринками);
- базований на матриці Бостонської консультативної групи;
- програма, побудована з огляду на вплив ринкової стратегії на прибуток (PIMS) [5].

Найрозповсюдженішим підходом є матриця можливостей, що передбачає використання чотирьох альтернативних стратегій маркетингу для збереження або збільшення збуту:

- проникнення на ринок;
- розвиток ринку;
- розробка товару;
- диверсифікація [8].

Кожна з цих стратегій ефективна за певних умов:

- стратегія проникнення на ринок: якщо ринок не насичений товарами або він зростає;
- стратегія розвитку ринку: якщо фірма розширює свій ринок або виникають нові сегменти ринку чи виявлені нові напрямки застосування існуючих товарів і продукції;
- стратегія розробки товару є актуальною для ситуації, коли торговельні фірми користуються прихильністю споживачів і фірма розробляє нові та модифіковані товари для існуючих ринків;
- стратегію диверсифікації застосовують, щоб уникнути залежності від одної асортиментної групи; ці товари можуть бути новими для галузі або лише для компанії [7].

Матрицю товар (ринок) використовують також для розподілу операцій між ринками та видами продуктів або послуг. Такий розподіл дає змогу визначити, на яких категоріях споживачів доцільно зосередити увагу, які проігнорувати, виробництво яких товарів слід розвивати, а яких – припинити.

Свідомий вибір стратегії необхідний будь-якому учаснику ринкових відносин не лише при плануванні справ на перспективу, а й при виборі рішень з конкретних, здавалося б, часткових питань.

Вирішення питання про конкретну стратегію передбачає такі основні етапи:

- виявлення альтернатив маркетингової стратегії;
- вибір оптимального варіанта;
- реалізацію стратегії;
- аналіз і коригування маркетингової стратегії [8].

Вайсман А. виділяє десять кроків до успіху стратегії маркетингу (рис. 1) [9].

Від ефективності маркетингової стратегії залежить здатність підприємства досягти конкурентної переваги на ринку. Розробляючи правила та засоби ефективної реалізації напрямків розвитку, маркетингова стратегія підприємства з моменту визначення місії, формування його торговельно-виробничого профілю протягом усього періоду функціонування має орієнтуватися на створення та підтримку стійкої конкурентної переваги, забезпечення довгострокового процвітання в динамічно змінюваному економічному просторі [7].

Таким чином, маркетингова стратегія має надзвичайно важливе значення для розвитку підприємства. Метою маркетингової стратегії є забезпечення максимально ефективного використання всіх видів ресурсів і науково-технічного потенціалу, а також формування товарної політики підприємства. Успіх підприємства, його позиція на ринку, вирішення специфічних завдань, що є пов'язаними з проблемними ситуаціями, які можуть виникнути у ході його діяльності, принципово залежать від реалізації вибраної маркетингової стратегії.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Томах В. В.

Література: 1. Астахова І. Е. Маркетинг : навч. посіб. Харків : ХНЕУ, 2006. 208 с. 2. Крестова Т. Конкурентоспособность и стратегический маркетинг. URL: <https://www.src-master.ru/article9.html>. 3. Ассель Г. Маркетинг: принципы и стратегия : учебник. М. : Инфра-М, 2001. 804 с. 4. Балабанова Л. В., Холод В. В. Стратегический маркетинг : учебник. Донецк : ДонНУЭТ, 2011. 324 с. 5. Макдональд М. Стратегическое планирование маркетинга. СПб. : Питер, 2000. 266 с. 6. Ромат Е. В. Реклама : учебник для вузов. СПб. : Питер, 2008. 496 с. 7. Хершген Х. Маркетинг: основы профессионального успеха / пер. с нем. М. : Инфра-М, 2000. 334 с. 8. Вісящев В. А., Антошкі-

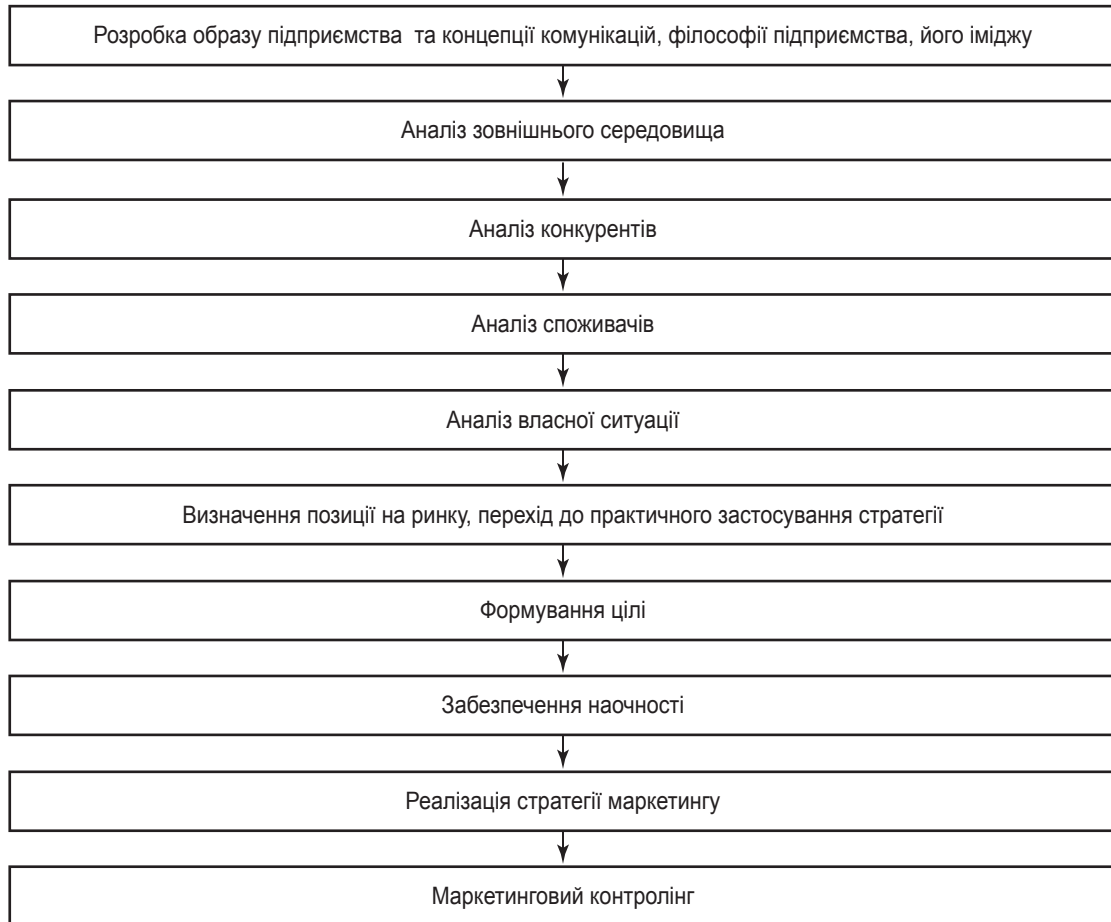


Рис. 1. Десять кроків до успіху стратегії маркетингу

на Л. І., Тарлопов І. О. Маркетинговий менеджмент : навч. посіб. Донецьк : Норд-Прес, 2005. 440 с. 9. Вайсман А. Стратегія маркетинга: 10 шагов к успеху. Стратегія менеджмента / пер. с нем. М. : Экономика, 1995. 344 с.

РОЛЬ БРЕНДА У СТВОРЕННІ НОВОГО ТОВАРУ

УДК 338

Чумак А. О.

Студент 4 курсу
факультету менеджменту і маркетингу ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. Проаналізовано роль бренда у створенні нового товару. Деталізовано основні задачі бренда на різних етапах процесу інновації товару. Досліджено переваги фірми-виробника перед конкурентами за використання нового або вже існуючого на ринку бренда.

Ключові слова: підприємство, організація, інновація, інноваційне підприємство, торговельна марка, бренд, брендинг, брендингова стратегія.

Анотація. Проаналізована роль бренда в створенні нового товару. Деталізовані основні задачі бренда на різних етапах процесу інновації товару. Исследовані переваги фірми-производителя перед конкурентами в случае использования нового или уже существующего на рынке бренда.

Ключевые слова: предприятие, организация, инновация, инновационное предприятие, торговая марка, бренд, брендинг, брендинговая стратегия.

Annotation. Analyzed the role of the brand in creating a new product. The main objectives of the brand are detailed at various stages of the product innovation process. The advantages of the manufacturer over competitors in the case of using a new or existing brand in the market are investigated.

Keywords: enterprise, organization, innovation, innovative enterprise, trademark, brand, branding, branding strategy.

Створення нового товару завжди супроводжується високим рівнем ризиків для підприємства, серед них:

- неоднозначне формулювання задуму робочими або споживачами, що надалі унеможливує реалізацію всіх сильних сторін інновації;
- загроза розробки стратегії маркетингу для виведення нового товару на ринок, що не відповідатиме існуючій ситуації на ринку;
- ризик недооцінки або переоцінки можливостей підприємства;
- ризик розробки товару, що не відповідатиме інтересам обраної цільової аудиторії; інші ризики [5].

Метою написання статті є визначення чітких завдань бренда на етапі створення нового товару, що дасть змогу уникнути проблем, пов'язаних із невідповідністю нового товару запитам обраного ринку, неправильним сприйняттям товару потенційними споживачами та ін.

Дослідженням природи бренда, його призначення і важливості у розробці нового товару займалися чимало науковців, серед них Багієв Г. Л., Кардаш В. Я., Кубишина Н. С., Боровенська М. В., Старов С. О., Тарасевич В. М., Ястремська О. М. та ін.

Аналіз робіт різних авторів з цієї теми дає підстави стверджувати, що виконання завдання бренда для створення нового товару передбачає дотримання шести послідовних етапів (рис. 1) [4].

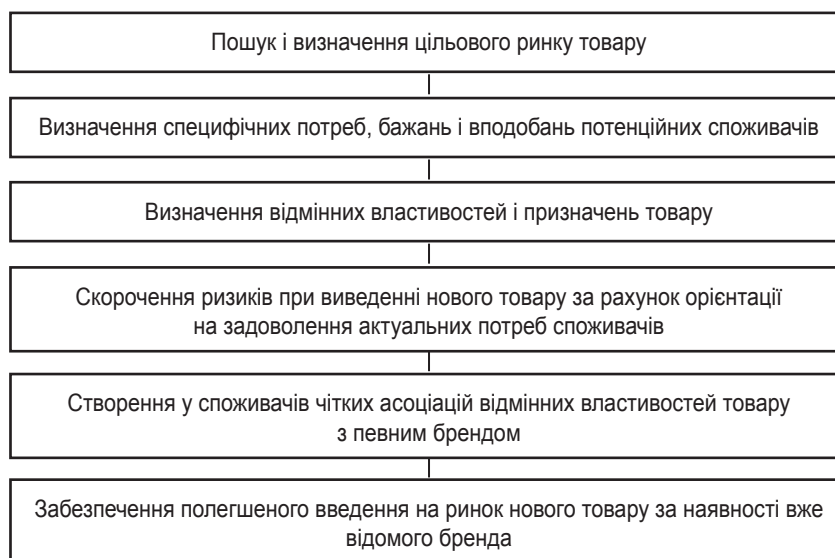


Рис. 1. Роль бренда у створенні нового товару

Пошук і визначення цільового ринку товару. Цільовим є ринок, на якому фірма реалізує свій товар. Він визначається сукупністю споживачів з однаковими очікуваннями від товару і вимогами до нього, а також наявністю достатньої готовності та можливостей купувати запропонований товар за певною ціною [3].

Від вибору цільового ринку безпосередньо залежить ефективність реалізації фірмою нового товару, цьому процесу слід приділити достатньо уваги. Важливо до того ж відповісти на такі запитання:

- які потреби й очікування мають споживачі на обраному ринку;
- чи має фірма достатньо ресурсів для їх задоволення;
- чи є на ринку конкуренти, які вони мають сильні сторони;
- які переваги має новий товар фірми порівняно з товарами-конкурентами;
- чи зможе фірма досягти поставлених цілей на певному ринку [7].

Виявлення специфічних потреб, бажань і вподобань цільової аудиторії перед створенням нового товару є важливим етапом не лише для забезпечення позитивної кількості продажів, але і для формування лояльності. Необхідно розуміти, що спонуканням до покупки є не сам продукт і його технічні характеристики, а та користь, вигода, яку споживач отримує від придбання товару [6].

Незалежно від виду продукції стандартними критеріями вибору покупцем того чи іншого товару є функціональність, безпека, надійність, новизна, престиж і комфорт.

Визначення відмінних властивостей і призначень товару є основою для надання йому здатності витримувати конкуренцію порівняно з аналогічними об'єктами на певному ринку. Усі характеристики товарів розподіляють на чотири групи: асортиментні, якісні, кількісні та вартісні [3].

Асортиментні характеристики – це сукупність властивостей і ознак товару, що визначають його функціональне або соціальне призначення. Вони охоплюють групу, підгрупу, вид, різновид, найменування, торговельну марку товару й установлюють принципові відмінності одного виду або найменування товару від іншого.

Якісні характеристики відображають унікальні споживчі властивості товару, що здатні задовольняти потреби покупця (безпека, надійність, екологічність та ін.). Ці характеристики мають вирішальне значення для формування споживчих вподобань.

Кількісні характеристики – це сукупність певних властивостей товару, які виражаються через нормовані фізичні величини та одиниці вимірювання: масу, обсяг, розміри).

Вартісні характеристики товару є зумовленими, з одного боку, витратами, понесеними виробником товару, з іншого – витратами, які готовий понести споживач для володіння товаром.

Акцентування зусиль на одному з видів характеристик товару дозволяє вивести товар у лідери на тлі конкурентів.

При виведенні нового товару з орієнтацією на задоволення актуальних потреб споживачів фірма-виробник значно скорочує рівень ризиків. Це зумовлено тим, що на кожному етапі інновації товару, від ідеї до реалізації, фірма прийматиме рішення з огляду на унікальні особливості обраного ринку. Фірма, яка орієнтується на споживачів, концентрує свою увагу на їх потребах.

Основна ідея полягає у визнанні того, що споживачі мають потребу не в самих продуктах, а у задоволенні власних потреб. Надалі такий підхід стане критерієм при виборі способів визначення і дослідження ринків, розробки асортименту товарів, ціноутворення, комунікацій та організації роботи підприємства в цілому [4].

Наступним завданням брендингу організації є формування та подальше підтримання у споживача позитивних асоціацій, пов'язаних з її торговельною маркою. Створення ефективного бренда передбачає, що компанія повинна постійно працювати над зміцненням іміджу торговельної марки і пов'язаних із нею асоціацій.

На сьогодні виробники намагаються відтворити в продукції, яку вони випускають, якості кращих марочних товарів, що призводить до великої схожості продуктів, пропонує під різними торговельними марками. За таких умов необхідним є формування не звичайного бренду організації, а конкурентоспроможного, що відображає цінності, культуру, унікальність та індивідуальність тієї чи іншої компанії [5; 7].

Використання вже відомого бренду забезпечує організації полегшене введення нового товару на ринок за рахунок переваг, серед них:

- низькі витрати на маркетинг завдяки популярності бренду та лояльності покупців;
- можливість установлення вищих цін порівняно з конкурентами, оскільки бренд сприймається як показник високої якості;
- спрощена стратегія розширення бренду через наявність довіри споживачів;
- захист за умов жорсткої цінової конкуренції [5].

Таким чином, орієнтація розробки нового товару на розвиток або створення заздалегідь визначеного бренду зі сформованою системою його позиціонування на ринку дозволяє істотно підвищити ефективність результатів інноваційної діяльності. За таких умов роль бренду полягає у виконанні певних завдань, серед них пошук і визначення цільового ринку товару, визначення специфічних потреб, бажань і вподобань потенційних споживачів, визначення відмінних властивостей і призначень товару, скорочення ризиків при виведенні нового товару за рахунок орієнтації на задоволення актуальних потреб споживачів, створення у споживачів чітких асоціацій відмінних



властивостей товару із певним брендом, забезпечення полегшеного введення на ринок нового товару за наявності вже відомого бренда.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Сігаєва Т. Є.

Література: 1. Старов С. А. Бренд: сутність, функції, еволюція. *Вестник СПбГУ*. 2008. № 2. С. 3–11. 2. Кардаш В. Я. Маркетингова товарна політика : навч.-метод. посіб. Київ : КНЕУ, 2000. 124 с. 3. Багієв Г. Л., Тарасевич В. М. Маркетинг : учебник. СПб. : Питер, 2010. 576 с. 4. Ілляшенко С. М. Інноваційний менеджмент : підручник. Суми : Університетська книга, 2010. 334 с. 5. Шипуліна Ю. С. Організаційно-економічні передумови формування інноваційно-сприятливого середовища на підприємстві. *Маркетинг і менеджмент інновацій*. 2013. № 3. С. 100–110. 6. Ястремська О. М., Тімонін О. М., Тімонін К. О. Бренди промислових підприємств: формування та ефективність використання : монографія. Харків : ХНЕУ, 2013. 244 с. 7. Штовба О. В. Товарний брендинг підприємств та шляхи забезпечення його ефективності : дис. ... канд. екон. наук : 08.06.01. Вінниця: Вінницький національний технічний університет, 2006. 182 с.



КЛАССИФИКАЦИЯ УГРОЗ ФИНАНСОВОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

УДК 658.1

Шамаммедов Т. М.

Студент 4 курса
финансового факультета ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Аннотация. Рассмотрена сущность понятия финансовой безопасности предприятия. Конкретизированы основные вопросы обеспечения финансовой безопасности предприятия. Определены внешние и внутренние угрозы финансовой безопасности предприятия, а также основные меры по ее обеспечению.

Ключевые слова: предприятие, организация, финансы, финансовое состояние, финансовая безопасность, показатели финансовой безопасности предприятия, угрозы финансовой безопасности предприятия.

Анотація. Розглянуто сутність поняття фінансової безпеки підприємства. Конкретизовано основні питання забезпечення фінансової безпеки підприємства. Визначено зовнішні та внутрішні загрози фінансовій безпеці підприємства, а також основні заходи щодо її забезпечення.

Ключові слова: підприємство, організація, фінанси, фінансовий стан, фінансова безпека, показники фінансової безпеки підприємства, загрози фінансовій безпеці підприємства.

Annotation. The essence of the concept of financial security of an enterprise is considered. Concretized the main issues of ensuring the financial security of the enterprise. Identified external and internal threats to the financial security of the enterprise, as well as the main measures to ensure it.

Keywords: enterprise, organization, finance, financial condition, financial security, indicators of financial security of an enterprise, threats to financial security of an enterprise.

При осуществлении деятельности в посткризисный период у предприятий стали появляться новые проблемы, требующие особого внимания. Если решение этих проблемных вопросов пустить на самотек, руководство может потерять рычаги управления предприятием, вплоть до доведения до банкротства, из-за чего возможна его

ликвидация. Для предотвращения таких ситуаций в деятельности предприятия особое внимание необходимо уделять быстрому реагированию на угрозы финансовой безопасности и пути их нейтрализации.

Исследованием финансовой безопасности предприятий применительно к различным отраслям деятельности занимались и занимаются Бланк И. А., Кузенко Т. Б., Бадаев О. Н., Васильков В. Г., Гончарова Н. П., Покропивный С. Ф., Швиданенко Г. А., Федонин А. С. и др. Однако, остаются нерешенными вопросы систематизации угроз финансовой безопасности с учетом рисков и угроз внешней среды.

Цель написания статьи заключается в систематизации угроз финансовой безопасности предприятия.

Угрозы финансовой безопасности предпринимательской деятельности – это потенциальные или реальные действия физических или юридических лиц, нарушающих состояние защищенности субъекта предпринимательской деятельности, способные привести к прекращению его деятельности, финансовым и другим потерям [2].

Угрозой финансовой безопасности предприятия может быть не любое действие, имеющее негативные последствия. Так, не следует считать угрозой финансовой безопасности деятельность руководства фирмы по вложению средств в ценные бумаги, внедрение новых организационных форм, организацию производства совершенно нового товара.

Эти управленческие решения связаны с риском и могут иметь негативные финансовые последствия, поскольку может резко измениться конъюнктура рынка ценных бумаг, потребности населения или новые организационные формы не оправдают себя. Но нужно иметь в виду, что все это направлено на достижение основной цели фирмы, на ее дальнейшее развитие. Такие решения являются неотъемлемой составляющей самой предпринимательской деятельности, осуществляемой на свой страх и риск и допускающей определенные потери. Нельзя считать угрозой безопасности предпринимательства, например, установление руководством фирмы низких цен на продукцию в начальный период деятельности фирмы. Хотя в этом случае может отсутствовать прибыль и даже иметь место ущерб, но это стандартный маркетинговый прием для привлечения внимания покупателей к неизвестному им продавцу с тем, чтобы позже разницу в ценах устранить [3].

Угрозы финансовой безопасности предпринимательской деятельности могут быть очень разнообразными. Обобщенная классификация угроз финансово-экономической безопасности предприятия представлена в табл. 1 [2].

Таблица 1

Классификация угроз финансово-экономической безопасности предприятия

Классификационный признак	Виды угроз
1	2
1. Непосредственность воздействия	– прямые; – косвенные
2. Степень сформированности	– реальные; – потенциальные
3. Возможность выявления	– явные; – скрытые
4. Источники возникновения	– внешние: создаваемые факторами внешней среды; – внутренние: возникающие во внутренней среде предприятия
5. Объекты, которым они угрожают	– финансовые операции; – активы; – информация; – технологии; – персонал
6. Масштаб возможной угрозы	– финансовой безопасности предприятия в целом; – финансовым интересам отдельных структурных подразделений предприятия; – финансовым интересам отдельных операций
7. Угроза определенному виду деятельности	– операционной деятельности; – инвестиционной деятельности; – финансовой деятельности
8. Угроза определенному виду финансово-экономических интересов	– текущим финансово-экономическим интересам; – долгосрочным финансово-экономическим интересам
9. Продолжительность	– временные; – постоянные
10. Уровень вероятности реализации	– высокий; – средний; – низкий

1	2
11. Размер возможных убытков	– допустимый; – критический; – катастрофический
12. Возможность предсказания	– прогнозируемые; – непрогнозируемые
13. Объективность (субъективность) обусловленности	– целенаправленно создаваемые субъектами внешней или внутренней среды; – объективно обусловленные
14. Степень субъективного восприятия	– неосознанные; – мнимые; – адекватные

Рассмотрим основные угрозы финансово-экономической безопасности предприятия.

Угрозы макросреды:

- стагнация или кризисное состояние национальной экономики;
- высокий уровень инфляции;
- низкая покупательная способность населения;
- снижение емкости внутреннего рынка страны в результате демографической ситуации;
- несовершенство и нестабильность законодательства;
- высокий уровень налоговых ставок;
- колебания курсов валют, девальвация национальной денежной единицы;
- неблагоприятный инвестиционный климат;
- отсутствие развития финансовой инфраструктуры;
- энергетическая зависимость от других стран мира;
- дефицит или отсутствие собственных природных ресурсов;
- неблагоприятные международные соглашения, решения или действия со стороны отдельных иностранных государств: экономическая блокада, эмбарго и др.;
- чрезвычайные ситуации и стихийные бедствия;
- снижение количественных и качественных характеристик трудовых ресурсов;
- форс-мажорные обстоятельства: военные, социальные конфликты и др.

2. Угрозы микросреды со стороны:

▪ *поставщиков:*

- срыв, ненадлежащее исполнение заключенных договоров, отказ от сотрудничества;
- низкое качество сырья, комплектующих материалов;
- высокий уровень цен;
- неритмичность поставок;

▪ *конкурентов:*

- жесткая ценовая и неценовая конкуренция;
- применение недобросовестных форм ценовой и неценовой конкуренции, в частности недобросовестной рекламы;
 - копирование товарного знака или торговой марки;
 - переманивание ценных кадров и клиентуры конкурентов;
 - коммерческий шпионаж;
 - недружественные захваты и поглощения, рейдерство и др.;

▪ *потребителей:*

- разрыв договорных отношений;
- отказ от отгруженной продукции;
- задержка оплаты отгруженной продукции;
- неплатежеспособность, банкротство дебиторов;
- изменение вкусов и предпочтений потребителей;



- *органов государственной и местной власти:*
 - дискриминация предприятия;
 - коррупция должностных лиц;
 - предоставление налоговых и иных льгот конкурентам;
 - *банков:*
 - высокий уровень кредитных ставок;
 - жесткие условия предоставления кредитов;
 - ненадлежащее развитие отдельных банковских услуг;
 - *контактных аудиторий предприятия (СМИ, общественных организаций, профсоюзов и др.):*
 - распространение любой информации, которая может негативно повлиять на деловой имидж предприятия;
 - предъявление требований, противоречащих финансово-экономическим интересам предприятия;
 - организация забастовок работников предприятия [3].
3. Угрозы внутренней среды:
- *в общей системе управления предприятием:*
 - неопределенность миссии и целей развития;
 - несоответствие организационной структуры миссии и целям развития;
 - низкая квалификация управленческого персонала;
 - отсутствие надлежащей мотивации работников;
 - отсутствие или нечеткая разработанность системы ответственности руководителей и работников;
 - принятие необоснованных хозяйственных решений;
 - сосредоточение управления и прав собственности в одних руках;
 - конфликты между управленческими кадрами и трудовым коллективом;
 - *в сфере финансового менеджмента:*
 - несовершенство организации: отсутствие или неэффективность финансового планирования и контроля;
 - неэффективное управление активами и капиталом;
 - рискованная политика финансирования;
 - дефицит финансовых ресурсов;
 - несбалансированность денежных потоков;
 - неправильная (ненаправленная на развитие) политика использования прибыли;
 - отсутствие диверсификации финансовой деятельности;
 - высокий уровень риска портфеля финансовых инвестиций;
 - снижение инвестиционной активности;
 - снижение рентабельности инвестиционных проектов, портфеля финансовых инвестиций;
 - отсутствие или недостаточный объем резервных и страховых фондов;
 - *в производственной подсистеме:*
 - неудовлетворительный технико-технологический уровень производства;
 - изношенность основных фондов;
 - незагруженность производственных мощностей;
 - простои оборудования;
 - высокий уровень и неоптимальная структура производственных затрат;
 - *в маркетинговой подсистеме:*
 - несоответствие рыночной ситуации стратегии маркетинга;
 - пренебрежение маркетинговыми исследованиями;
 - ограниченность товарно-ассортиментной политики;
 - необоснованная ценовая политика;
 - низкая конкурентоспособность продукции;
 - отсутствие или неэффективность маркетинговых коммуникаций;

- неправильная сбытовая политика;
- высокий уровень сбытовых расходов [3].

Бланк И. А. классифицирует угрозы финансовым интересам предприятия по следующим признакам: уровень финансовой деятельности, функциональный вид финансовой деятельности, объектная направленность, характер проявления, источники возникновения, характер происхождения, временной период, уровень вероятности реализации, размер возможного ущерба и возможность предсказания [5].

Таким образом, для повышения уровня защищенности предпринимательской деятельности и эффективности деятельности служб безопасности жизненно необходимо создание двух важнейших органов на региональном и на общегосударственном уровне. Речь идет об едином банке данных, содержащем сведения о лицах, занимающихся противоправной и в частности преступной деятельностью, а также информационной сети со свободным доступом пользователей; организации, которая бы объединяла службы безопасности фирм, охранные и детективные службы.

Научный руководитель – канд. экон. наук, доцент Кипа М. А.

Литература: 1. Бендиков М. А. Экономическая безопасность промышленного предприятия в условиях кризисного развития. *Менеджмент в России и за рубежом*. 2000. № 2. С. 19–28. 2. Загорельская Т. Ю. Финансовая безопасность предприятия как объект управления. *Научные труды ДонНТУ*. 2006. № 4. С. 43–56. 3. Ніколаюк С. І., Никифорчук Д. Й. Безпека суб'єктів підприємницької діяльності : навч. посіб. Київ : КНТ, 2005. 320 с. 4. Покропивний С. Ф., Швиданенко Г. О., Федонін О. С. Економіка підприємства : підручник / за ред. С. Ф. Покропивного. Київ : КНЕУ, 2001. 528 с. 5. Бланк И. А. Финансовый менеджмент : учебный курс. Киев : Эльга ; Ника-Центр, 2007. 522 с.

ОПТИМІЗАЦІЯ СТРУКТУРИ КАПІТАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

УДК 336.647

Шипрук О. Б.

Студент 4 курсу
фінансового факультету ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. Розглянуто сутність і зміст оптимізації структури капіталу підприємства. Визначено основні методичні підходи до оптимізації структури капіталу. Проаналізовано основні фактори впливу на співвідношення власного та позикового капіталу. Узагальнено шляхи оптимізації структури капіталу підприємства.

Ключові слова: підприємство, організація, фінанси, фінансовий стан, фінансова стійкість, капітал, структура капіталу, власний капітал, позиковий капітал, оптимізація структури капіталу, методи оптимізації структури капіталу.

Аннотация. Рассмотрены сущность и содержание оптимизации структуры капитала предприятия. Определены основные методические подходы к оптимизации структуры капитала. Проанализированы основные факторы влияния на соотношение собственного и заемного капитала. Обобщены пути оптимизации структуры капитала предприятия.

Ключевые слова: предприятие, организация, финансы, финансовое состояние, финансовая устойчивость, капитал, структура капитала, собственный капитал, заемный капитал, оптимизация структуры капитала, методы оптимизации структуры капитала.

Annotation. The essence and content of optimization of the capital structure of the enterprise are considered. The main methodological approaches to optimizing the capital structure are defined. Analyzed the main factors influencing the ratio of equity and debt. The ways to optimize the capital structure of an enterprise are summarized.

Keywords: enterprise, organization, finance, financial condition, financial stability, capital, capital structure, equity, loan capital, optimization of capital structure, methods of optimization of capital structure.

Оптимізація структури капіталу є одним з основних і надзвичайно важливих факторів у процесі фінансового управління підприємством. Оптимальна структура капіталу – це співвідношення використання власних, залучених і запозичених коштів, за якого забезпечується ефективна пропорційність між коефіцієнтом фінансової рентабельності та коефіцієнтом фінансової стійкості підприємства, тобто максимізується ринкова вартість капіталу підприємства. Вартість капіталу у фінансовому управлінні сучасним підприємством розглядають як фундаментальний фінансовий інструмент для прийняття рішення, від якого залежать показники формування і зміни вартості. Він формує базу прийняття рішень із використанням грошових потоків та інших схем оцінювання ефективності використання економічного потенціалу підприємства.

Дослідженням проблем оптимізації структури капіталу підприємства займалися і займаються Бланк І., Ковальов В., Терещенко О., Яремко І., Юшко С., Латишева І., Кузенко Т., Меренкова Л., Журавльова І. та ін.

Метою написання статті є розкриття сутності та змісту оптимізації структури капіталу підприємства.

Під структурою капіталу розуміють співвідношення власного та позиченого капіталу. Однак, дослідники по-різному розуміють кожний із цих елементів. Одні структуру капіталу розглядають як співвідношення власного та довготермінового позиченого капіталу, інші враховують короткотермінові банківські кредити. Також на практиці можна зустріти визначення структури капіталу як співвідношення всіх форм власного та позиченого капіталу, отже, це поняття можна трактувати по-різному.

Так, Бланк І. визначає структуру капіталу як співвідношення всіх форм власних і залучених фінансових ресурсів, використовуваних підприємством у процесі господарської діяльності для фінансування активів. Науковець вважає, що оптимальною структурою капіталу є таке співвідношення використання власних і позикових коштів, за умови якого забезпечується ефективна пропорційність між коефіцієнтом фінансової рентабельності та коефіцієнтом фінансової стійкості підприємства, тобто максимізується його ринкова вартість [1].

Ковальов В. розмежовує поняття «фінансова структура» та «структура капіталу» підприємства. Фінансову структуру підприємства він визначає як сукупність мобілізованих джерел фінансування, розглядаючи її як статус-кво у засобах фінансування діяльності підприємства. Другий термін, на думку науковця, належить до вузької частини джерел коштів – довгострокових пасивів і власного капіталу.

Подольська В. і Ярш О. розглядають оптимізацію структури капіталу як співвідношення між власним і позиковим капіталом, за якого забезпечується найефективніша пропорційність між доходністю та фінансовою стійкістю компанії.

На підставі аналізу, узагальнення й систематизації різних джерел можна визначити сутність структури капіталу як співвідношення всіх форм власних і позикових фінансових коштів, використовуваних підприємством у процесі своєї господарської діяльності для фінансування активів. Оптимальною структурою капіталу є таке співвідношення використання власного та позикового капіталу, за якого забезпечується найефективніша пропорційність між коефіцієнтом фінансової рентабельності та коефіцієнтом фінансової стійкості підприємства, тобто максимізується його ринкова вартість. Оптимізація структури капіталу передбачає вибір оптимального співвідношення між власним і позиковим капіталом, за якого підприємство отримує максимальний прибуток і максимальну рентабельність [1–6].

Оптимальна структура капіталу повинна відповідати основним цілям і завданням підприємства, бути обґрунтованою та мати економічний ефект. Однак, не існує єдиного підходу до встановлення співвідношення власного та позикового капіталів підприємства, щоб відповідало цим вимогам.

Основними методичними підходами до вирішення завдання оптимізації структури капіталу є методи:

- оптимізації структури капіталу за критерієм максимізації рівня прогнозованої фінансової рентабельності;
- оптимізації структури капіталу за критерієм мінімізації вартості;
- оптимізації структури капіталу за критерієм фінансових ризиків [3].

Щоб визначити необхідну для підприємства структуру капіталу, слід перш за все провести аналіз усього капіталу підприємства і визначити загальну потребу в ньому. Головною метою аналізу капіталу є виявлення тенденцій динаміки його обсягу та складу, їхнього впливу на фінансову стійкість та ефективність використання капіталу [5].



У результаті аналізу капіталу визначають, який із видів оптимізації структури капіталу слід застосувати для конкретного підприємства.

Багаторічна дослідницька діяльність, здійснювана у світовому фінансовому середовищі, виокремлює такі теорії оптимальної структури капіталу:

- стаціонарного співвідношення, відповідно до якої оптимальною є така структура капіталу, за якої приведена вартість податкових щитів у повному обсязі покриває приведену вартість очікуваних витрат банкрутства;
- асиметричної інформації, яка передбачає, що на ринку існують значні інформаційні асиметрії, а операторами, які мають доступ до такої інформації, є менеджери підприємства чи корпорації;
- агентських витрат, класичним різновидом якої є модель Дженсена М. і Меклінга У. За цією моделлю оптимальну структуру капіталу визначають як структуру, за якою приведені вигоди боргового навантаження в повному обсязі покриваються приведеною вартістю очікуваних агентських витрат боргового навантаження. Тобто підприємство у прагненні до створення оптимальної структури капіталу повинно знаходити розумний баланс між вигодами та витратами боргового навантаження;
- корпоративного контролю: структура капіталу істотно впливає на вартість компанії у момент виникнення загрози її поглинання, тому всі моделі корпоративного контролю пояснюють зміни структури капіталу лише в короткостроковому періоді;
- стейкхолдерів (споживачів продукції компанії, постачальників, робітників, конкурентів), відповідно до якої корпорації з великими обсягами організаційного капіталу повинні фінансуватися більшою мірою за рахунок податкових емісій звичайних голосуючих акцій і мати значні грошові резерви [4].

Важливою умовою життєдіяльності підприємства й основою оптимізації структури капіталу є фінансова стійкість підприємства. Аналіз стійкості фінансового стану підприємства дає змогу зробити висновок про ефективність управління фінансовими ресурсами на підприємстві. Недостатня фінансова стійкість може призвести до неплатоспроможності, а надлишкова – до переобтяження підприємства зайвими запасами.

При вирішенні питань, пов'язаних із підтримкою і зростанням фінансової стійкості підприємства задля оптимізації структури капіталу, необхідно:

- провести глибокий аналіз фінансового стану підприємства, визначити перспективи його подальшої діяльності, зважаючи на номенклатуру товарів, їх якість, вартість, конкурентоспроможність на ринку збуту, оцінити реальні можливості підприємства;
- виявити і ліквідувати непродуктивні втрати та збитки на підприємстві, щоб отримати максимальний прибуток;
- провести глибоку ревізію діяльності, інвентаризацію статей балансу, детально вивчити склад матеріальних цінностей, особливості товарів, дебіторської заборгованості;
- обґрунтувати впровадження нових технологій, вибір варіантів розміщення виробничих потужностей, увести нові інвестиційні проекти;
- упровадити систему інформації, яка б могла своєчасно, достовірно, повно та систематично надавати керівним органам підприємства необхідну інформацію про зовнішні та внутрішні умови, реальний економічний стан на підприємстві [3; 6].

Особливу увагу слід звернути на розробку стратегії оптимізації структури капіталу підприємства, серед яких за сучасних умов виділяють стратегію подолання нестійкості або стратегію виживання, стратегію підтримки стійкості або стратегію стабілізації, стратегію розвитку або стійкого зростання.

Отже, оптимізація структури капіталу є важливим етапом стратегічного аналізу капіталу, що полягає у визначенні такого співвідношення власного капіталу підприємства та вартістю залучених коштів, за якого досягається максимальна ефективність діяльності компанії. Структура капіталу визначає фінансові, операційні та інвестиційні аспекти діяльності підприємства й істотно впливає на кінцеві результати його діяльності. Вона впливає на економічну та фінансову рентабельність, рівень фінансового ризику, формує співвідношення ступеня прибутковості та ризику у процесі розвитку підприємства, тобто може бути головним індикатором щодо гарантування фінансової безпеки підприємства [1; 6].

Таким чином, головною умовою формування фінансових ресурсів підприємств за рахунок позикових коштів є залучення капіталу за найменшою вартістю та мінімально допустимим ризиком задля досягнення максимального прибутку. Осереддя цього процесу є оптимізація структури капіталу, яку проводять за багатьма критеріями задля забезпечення фінансової рівноваги підприємства за високої рентабельності капіталу. Рішення про вибір структури капіталу є індивідуальним для кожного підприємства. При цьому враховують вплив таких важливих факторів: ринкової позиції підприємства, майбутніх інвестиційних можливостей, очікуваних грошових потоків, дивідендної політики та потреби у фінансуванні.



Література: 1. Бланк И. А. Управление формированием капитала. Киев : Ника-Центр ; Эльга, 2006. 512 с. 2. Викиданець І. В. Методи оптимізації структури капіталу підприємства. URL: http://www.nbu.gov.ua/portal/Soc_Gum/Vdpuet/econ/2009_3727.pdf. 3. Петренко Ю. В. Оптимізація джерел фінансових ресурсів підприємств. *Фінанси України*. 2000. № 6. С. 91–95. 4. Теплова Т. В. Финансовый менеджмент: управление капиталом и инвестициями : учебник. М. : ГУ ВШЭ, 2000. 504 с. 5. Шумпетер И. А. История экономического анализа / пер. с англ. под. ред. В. С. Автономова. СПб. : Экономическая школа, 2012. 494 с. 6. Яремко І. Й. Управління капіталом підприємства: економічний і фінансовий інструментарій : монографія. Львів : Каменяр, 2006. 176 с.



ДО ПИТАННЯ АНАЛІЗУ МЕТОДИК ОЦІНКИ ФІНАНСОВОГО СТАНУ ПІДПРИЄМСТВ В УКРАЇНІ

УДК 005.52:658.14/17(477)

Шнурко К. О.

Студент 4 курсу
фінансового факультету ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. Узагальнено методичні засади та підходи до оцінювання й аналізу фінансового стану вітчизняних підприємств. Проведено порівняльний аналіз методик оцінки фінансового стану суб'єктів господарювання. Визначено основні переваги та недоліки застосування різних методик оцінки фінансового стану підприємства.

Ключові слова: підприємство, організація, фінанси, фінансовий стан, методики оцінки фінансового стану підприємства.

Аннотация. Обобщены методические основы и подходы к оценке и анализу финансового состояния отечественных предприятий. Проведен сравнительный анализ методик оценки финансового состояния субъектов хозяйствования. Определены основные преимущества и недостатки применения различных методик оценки финансового состояния предприятия.

Ключевые слова: предприятие, организация, финансы, финансовое состояние, методики оценки финансового состояния предприятия.

Annotation. The methodological foundations and approaches to the assessment and analysis of the financial condition of domestic enterprises are summarized. A comparative analysis of methods for assessing the financial condition of business entities. The main advantages and disadvantages of using various methods for assessing the financial condition of the company are determined.

Keywords: enterprise, organization, finance, financial condition, methods of assessing the financial condition of the company.

За умов ринкової економіки обґрунтованість і дієвість управлінських рішень на мікро- та макрорівнях істотно залежать від результатів оцінки фінансового стану підприємства, зміст якої поза межами обчислення окремих коефіцієнтів і передбачає вивчення комплексу показників, що відображають різні аспекти діяльності суб'єкта господарювання.

Достовірність та коректність проведення аналітичних розрахунків і формування відповідних висновків є передумовою забезпечення стійкого фінансового стану у майбутньому та стабільного розвитку підприємства. Не-

вирішена частина загальної проблеми аналізу фінансового стану вітчизняних підприємств є пов'язаною з неоднозначністю розрахунку показників, повторенням окремих коефіцієнтів у різних групах, надмірною кількістю показників оцінки, використанням коефіцієнтів, розроблених для розвинених економік. Вирішення проблемних аспектів у методичному забезпеченні аналізу й оцінки фінансового стану підприємств національної економіки у фахових і науково-дослідницьких джерелах є пов'язаним із подальшим якісним поліпшенням і кількісною оптимізацією системи фінансових коефіцієнтів: у економічній літературі немає єдиної точки зору щодо того, яке конкретне рівняння описує той чи інший тип фінансової стійкості підприємства [5; 8]. Отже, нині актуальним є дослідження існуючих методичних рекомендацій щодо оцінки фінансового стану та проведення порівняльного аналізу задля визначення їх переваг і недоліків.

Вагомим є внесок у розробку теоретичних і методичних засад оцінки фінансового стану підприємства науковців, серед них Бланк І., Квасницька Р., Білик М., Білуха Т., Колчина Н., Кордонець І., Лахтіонова Л., Литвин Б., Малиш Д., Ненашев Е., Покропивний С., Рзаєва Т., Савицька Г., Стасюк І., Стельмах М., Цал-Цалко Ю. та ін., праці яких формують значний науковий доробок теоретико-методичних основ сутності, напрямків і структури аналізу фінансового стану підприємства. Розробці методичних підходів до оцінки фінансового стану присвячено наукові дослідження і таких авторів, як Кузін Б., Градов А., Федотов А., Лігоненко Л. та ін., якими запропоновано чимало методик аналізу діяльності фінансового стану суб'єкта господарювання. Однак, незважаючи на наявність численних теоретичних розробок, єдиного підходу до оцінки фінансового стану підприємства на сьогодні не існує.

Проблемні питання використання методик аналізу фінансового стану, їх розвитку й адаптації до умов сучасної ринкової економіки розглянуто у багатьох вітчизняних та зарубіжних дослідженнях і сформульовано авторами у тематичних публікаціях. Зважаючи на відсутність на сьогодні єдиного концептуального підходу до оцінювання й аналізу фінансового стану сучасного суб'єкта господарювання, автори пропонують, обґрунтовують та аргументують різноформатні базові засади отримання комплексної оцінки [5–8].

В Україні нині існують кілька методик аналізу, представлених різними міністерствами і відомствами для оцінки фінансового стану суб'єкта господарювання. Доцільним є проведення порівняльного аналізу цих методик для виявлення їх відмінностей, недоліків і переваг. Порівняльну характеристику методичних підходів до оцінки фінансового стану подано в табл. 1 [1–4].

Таблиця 1

Порівняльна характеристика методик аналізу фінансового стану підприємства

Найменування	Цілі	Основні недоліки та переваги
Методика проведення поглибленого аналізу фінансового стану неплатоспроможних підприємств та організацій Агентства з питань запобігання банкрутству підприємств та організацій [2]	Проведення поглибленого аналізу фінансово-господарського стану суб'єктів підприємницької діяльності	<i>Недоліки:</i> – обмеженість у використанні: виключно для неплатоспроможних підприємств <i>Переваги:</i> – охоплення аналізом основних напрямів діяльності підприємств; – розрахунки не є громіздкими; – незначна кількість показників
Методика інтегральної оцінки інвестиційної привабливості підприємств і організацій Агентства з питань запобігання банкрутству підприємств та організацій [1]	Визначення інтегрального показника інвестиційної привабливості підприємств, заохочення до інвестицій вітчизняних і зарубіжних підприємств, надання методичної допомоги спеціалістам	<i>Недоліки:</i> – велика кількість показників, що робить оцінку неоднозначною; – труднощі із трактуванням через відсутність шкали інтегрального показника <i>Переваги:</i> – охоплення аналізом практично всіх напрямів діяльності підприємства
Положення про порядок здійснення аналізу фінансового стану підприємств, що підлягають приватизації Міністерства фінансів України, Фонду державного майна України [4]	Встановлення єдиного порядку й основних методичних засад проведення за спрощеною схемою аналізу фінансового стану підприємств, що підлягають приватизації	<i>Недоліки:</i> – відсутність єдиного підходу до оцінки інтегрального показника, через що нормативні значення показників можуть коліватися залежно від сфери промисловості <i>Переваги:</i> – спрощена процедура розрахунків; – оцінка різних сфер стану підприємства
Методичні рекомендації щодо виявлення ознак неплатоспроможності підприємства та ознак дій з приховування банкрутства, фактивного банкрутства чи доведення до банкрутства Міністерства економіки України [3]	Визначення однозначних підходів під час аналізу фінансового стану підприємств на предмет виявлення ознак неплатоспроможності та дій з приховування банкрутства, своєчасного виявлення формування незадовільної структури балансу для запобігання банкрутству підприємства	<i>Недоліки:</i> – охоплення аналізом лише частини необхідних показників; – обмеженість у використанні через цілеспрямованість методики <i>Переваги:</i> – розрахунки не є громіздкими; – незначна кількість показників

На підставі аналізу поданих методик можна зробити висновок, що вони є досить різними, оскільки для проведення аналізу використовуються різні показники.

Так, у Методиці проведення поглибленого аналізу фінансово-господарського стану неплатоспроможних підприємств та організацій основна увага приділяється оцінці фінансового стану й аналізу виробничо-господарської діяльності об'єктів дослідження. Головним завданням аналізу є оцінка результатів господарської діяльності за попередній та поточний роки, виявлення факторів, що позитивно чи негативно вплинули на показники роботи підприємства, прийняття рішення про визнання структури балансу задовільною (незадовільною), а підприємства – платоспроможним (неплатоспроможним) [2].

У Методичних рекомендаціях щодо виявлення ознак неплатоспроможності підприємства й ознак дій з приховування банкрутства, фіктивного банкрутства чи доведення до банкрутства приділено увагу розрахунку не лише загальних показників оцінки фінансового стану, а й коефіцієнтів, що надають можливість визначити схильність підприємства до погіршення фінансового стану [3].

У Положенні про порядок здійснення аналізу фінансового стану підприємств, що підлягають приватизації, основну увагу приділено показникам оцінки майнового стану підприємства. Досить велику увагу приділено показникам ліквідності та платоспроможності, детально розглянуто та вивчено показники оцінки ділової активності (оборотності), розгорнуто праналізовано показники рентабельності. Можна вважати, що ця методика є однією з найдетальніших, таких, що надають можливість комплексно та розгорнуто оцінити фінансовий стан досліджуваного суб'єкта господарювання [4].

Спільним для всіх розглянутих методик недоліком є те, що в них відсутній єдиний інтегральний критерій, на підставі якого можна було б сформулювати однозначний висновок про рівень фінансового стану підприємства та ймовірність настання його банкрутства. Розрахована за їх допомогою сукупність показників не дозволяє зробити однозначних висновків, у більшості випадків отримуються різнонаправлені характеристики, що потребують додаткового дослідження, аналізу й обґрунтування. Інтегральна оцінка дає змогу поєднати в одному показнику багато різних за назвою, одиницями вимірювання, значущістю й іншими характеристиками факторів [6; 7]. Це спрощує процедуру оцінки конкретної інвестиційної пропозиції, а інколи є єдиною можливим варіантом її проведення і надання об'єктивних остаточних висновків.

Таким чином, затверджені на державному рівні методичні рекомендації проведення фінансового аналізу підприємства є неспівставними між собою, що, у свою чергу, ставить аналітиків перед проблемою вибору необхідної методики. Проведення цього аналізу на двох підприємствах за різними методичними рекомендаціями ускладнює процес співставлення отриманих результатів.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Юшко С. В.

Література: 1. Методика інтегральної оцінки інвестиційної привабливості підприємств і організацій : Наказ Агентства з питань запобігання банкрутству підприємств та організацій від 23.02.1998 № 22 // База даних «Законодавство України» / Верховна Рада України. URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/z0214-98>. 2. Про затвердження Методики проведення поглибленого аналізу фінансово-господарського стану підприємств та організацій : Наказ Агенства з питань запобігання банкрутству підприємств та організацій від 27.06.1997 № 81 // База даних «Законодавство України» / Верховна Рада України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0288-97>. 3. Про Методичні рекомендації щодо виявлення ознак неплатоспроможності підприємств та ознак дій з приховування банкрутства, фіктивного банкрутства чи доведення до банкрутства : Інформаційний лист Вищого Арбітражного суду України від 11.04.2001 № 01-8/451 // База даних «Законодавство України» / Верховна Рада України. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/v_451800-01. 4. Положення про порядок здійснення аналізу фінансового стану підприємств, що підлягають приватизації : Наказ Міністерства фінансів України і Фонду державного майна від 26.01.2001 № 49/121 Зареєстровано в Міністерстві юстиції України 8 лютого 2001 р. за № 121/5312 // База даних «Законодавство України» / Верховна Рада України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0121-01>. 5. Гайдар С. Агрегативний підхід до оцінки фінансової стійкості торговельних підприємств. *Економічний аналіз*. 2008. № 3. С. 147–150. 6. Ключник О. С., Кондратюк О. В. Вдосконалення комплексної оцінки фінансового стану підприємства. *Науковий вісник Рівненського інституту ВНЗ Відкритий міжнародний університет розвитку людини «Україна»*. 2010. № 1. С. 120–127. 7. Сиротяк Р. М. Методичні підходи до аналізу фінансового стану підприємства. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка»*. 2010. № 6. С. 96–112. 8. Юшко С. В. Влияние особенностей налогового учета НДС на показатели финансовой отчетности предприятий // Стратегии развития отраслей в региональной экономике : материалы Международной научно-практической конференции. Киров, 2013. С. 223–231.

АНАЛІЗ ДІЯЛЬНОСТІ ДНВП «ОБ'ЄДНАННЯ КОМУНАР»

УДК 658.14/.17

Штирікова М. О.

Студент 4 курсу
фінансового факультету ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. Розглянуто сутність прибутку як економічної категорії. Обґрунтовано його значущість для фінансово-господарської діяльності підприємства. Проведено аналіз загальних показників діяльності та фінансової стійкості підприємства.

Ключові слова: підприємство, організація, фінанси, фінансовий стан, фінансовий аналіз, фінансова стійкість, ліквідність, рентабельність.

Аннотация. Рассмотрена сущность прибыли как экономической категории. Обоснована ее значимость для финансово-хозяйственной деятельности предприятия. Проведен анализ общих показателей деятельности и финансовой устойчивости предприятия.

Ключевые слова: предприятие, организация, финансы, финансовое состояние, финансовый анализ, финансовая устойчивость, ликвидность, рентабельность.

Annotation. The essence of profit as an economic category is considered. It justifies its importance for the financial and economic activities of the enterprise. The analysis of the overall performance and financial sustainability of the enterprise.

Keywords: enterprise, organization, finance, financial condition, financial analysis, financial stability, liquidity, profitability.

За сучасних ринкових умов господарювання головною метою для всіх підприємств є отримання максимального прибутку за мінімальних витрат. Однак, нестабільність економічного сектора країни диктує свої правила. Невиправдані ризики, непередбачені витрати, збитки підприємства у сучасних економічних відносинах за умов розвинутої всесвітньої кризи – ці поняття є на сьогодні звичними.

Підприємство, щоб не зазнати краху та завоювати позиції лідера на ринку, має постійно аналізувати результати своєї минулої діяльності, прогнозувати майбутні зміни та напрями розв'язання проблемних питань, що виникають. Для цього потрібно використовувати ефективні механізми управління фінансовим станом господарства, основним інструментом якого є фінансовий аналіз [1]. Його метою є аналіз зовнішнього та внутрішнього середовища підприємства, ототожнення коливання його фінансових результатів і результатів діяльності основних конкурентів, визначення загроз банкрутства й інших ризиків у діяльності підприємства, а також запобігання їм за застосування методу ретроспективного і перспективного аналізу для прийняття зважених управлінських рішень.

Вагомим є внесок у теорію фінансового аналізу вітчизняних дослідників Андрущак Є., Береста М., Бланка І., Мочерного С., Раєвневої О., Терещенка О., а також зарубіжних науковців Альтмана Е., Ліса Р., Спрінгейта Г., Таффлера Р., Тішоу Г., Казимамедова А., Крюкова А. та ін.

За методикою для аналізу фінансово-господарського стану підприємства необхідно проаналізувати загальні показники діяльності підприємства, показники ліквідності, фінансової стійкості та рентабельності [3].

Показники, які необхідно розрахувати при аналізі загальних показників діяльності підприємства, подано в табл. 1 [3].

Таблиця 1

Загальні показники діяльності ДНВП «Об'єднання Комунар», 2014–2016 рр.

Показник	2014	2015	Зміни	2016	Зміни
1	2	3	4	5	6
Чистий дохід, тис грн	210 861	111 940	-98 921	375 767	263 827
Чистий прибуток (збиток), тис. грн	85 779	295 035	209 256	962	-294 073
Власний капітал, тис. грн	184 873	336 214	151 341	337 176	962
Необоротні активи, тис. грн	31 849	45 163	13 314	63 181	18 018
Довгострокові зобов'язання, тис. грн	0	0	0	0	0

Закінчення табл. 1

1	2	3	4	5	6
Короткострокові зобов'язання, тис. грн	862	115 399	114 537	7 982	-107 417
Дебіторська заборгованість, тис. грн	41 421	23 656	-17 765	89 159	65 503
Запаси, тис. грн	94 262	378 571	284 309	183 778	-194 793
Власні оборотні засоби, тис. грн	153 024	291 051	138 027	273 995	-17 056
Функціонуючий капітал, тис. грн	153 024	291 051	138 027	273 995	-17 056

У 2016 р. приріст власного капіталу в абсолютних величинах становив 962 тис. грн, а у 2015 р. – 151 341 тис. грн. Така динаміка власного капіталу негативно впливає на фінансову стійкість підприємства та на його фінансовий потенціал. Протягом аналізованого періоду величина необоротних активів зросла з 31 849 до 63 181 тис. грн.

Зауважимо, що у підприємства відсутні довгострокові зобов'язання. Це означає, що досліджуване підприємство фінансується частково за рахунок поточних кредитів і власних коштів.

Протягом останніх двох років обсяг дебіторської заборгованості зріс більш ніж утричі і на кінець 2016 р. становив 89 159 тис. грн. Такі зміни є насамперед пов'язаними зі зростанням продажів підприємства і є позитивними. Однак, з іншого боку, таке різке зростання може свідчити про погіршення ситуації з оплатою продукції підприємства та неоптимальністю політики продажів.

Протягом останніх років величина запасів скоротилася на 89 516 тис. грн і на кінець 2016 р. становила 183 778 тис. грн, це позитивні зміни в діяльності підприємства.

За останні три роки обсяг функціонуючого капіталу зріс на 120 971 тис. грн. Цей показник засвідчує, що на кінець 2016 р. підприємство має на 1 грн власних коштів 273 995 тис. грн активів.

Однією з найважливіших характеристик фінансового стану підприємства є його фінансова стійкість – надійно гарантована платоспроможність, рівновага між власними та залученими засобами, незалежність від випадковостей ринкової кон'юнктури і партнерів, довіра кредиторів і інвесторів та рівень залежності від них, наявність такої величини прибутку, який би забезпечував самофінансування [4].

Показники, які необхідно розрахувати при аналізі фінансової стійкості підприємства, подано в табл. 2 [4]. На підставі їх для кращого сприйняття розрахованих показників побудовано діаграму, що чітко відображає зміну показників фінансової діяльності ДНВП «Об'єднання Комунар» у 2014–2016 рр. (рис. 1) [4].

Таблиця 2

Показники фінансової стійкості ДНВП «Об'єднання Комунар», 2014–2016 рр.

Показник	2014	2015	2016	Зміни (+/-)
Коефіцієнт автономії	1,00	0,74	0,98	-0,02
Коефіцієнт фінансової залежності	1,00	1,34	1,02	0,02
Коефіцієнт фінансового ризику	0,00	0,34	0,02	0,02
Коефіцієнт маневреності власного капіталу	0,83	0,87	0,81	-0,02
Коефіцієнт структури покриття довгострокових вкладень	0,00	0,00	0,00	0,00
Коефіцієнт довгострокового залучення коштів	0,00	0,00	0,00	0,00
Коефіцієнт фінансової незалежності капіталізованих джерел	1,00	1,00	1,00	0,00

Бачимо (табл. 2), що впродовж аналізованого періоду коефіцієнт автономії знизився на 0,02 і на кінець 2016 р. становив 0,98. Оскільки значення показника перевищує 0,5, підприємство є фінансово стійким і незалежним від зовнішніх кредиторів.

Коефіцієнт фінансової залежності за три роки зріс на 0,02 і на кінець 2016 р. становив 1,02. Однак, порівняно з попереднім роком значення цього показника зменшилося на 0,32. Зменшення значення цього показника до 1 свідчить про повне фінансування підприємства за рахунок власних коштів.

Аналіз коефіцієнта фінансового ризику показує, що у 2015 р. та у 2016 р. на кожну гривню власних коштів припадає 0,34 та 0,02 грн залученого капіталу. що ще раз підтверджує достатньо високий рівень фінансової стійкості підприємства.

Водночас підприємство відрізняється високим рівнем маневреності власного капіталу – 0,83 на початку досліджуваного періоду та 0,81 – на кінець. Незважаючи на зменшення показника в динаміці (на 0,02), його додатне

значення свідчить про достатність власних фінансових ресурсів для фінансування необоротних активів і частини оборотних.

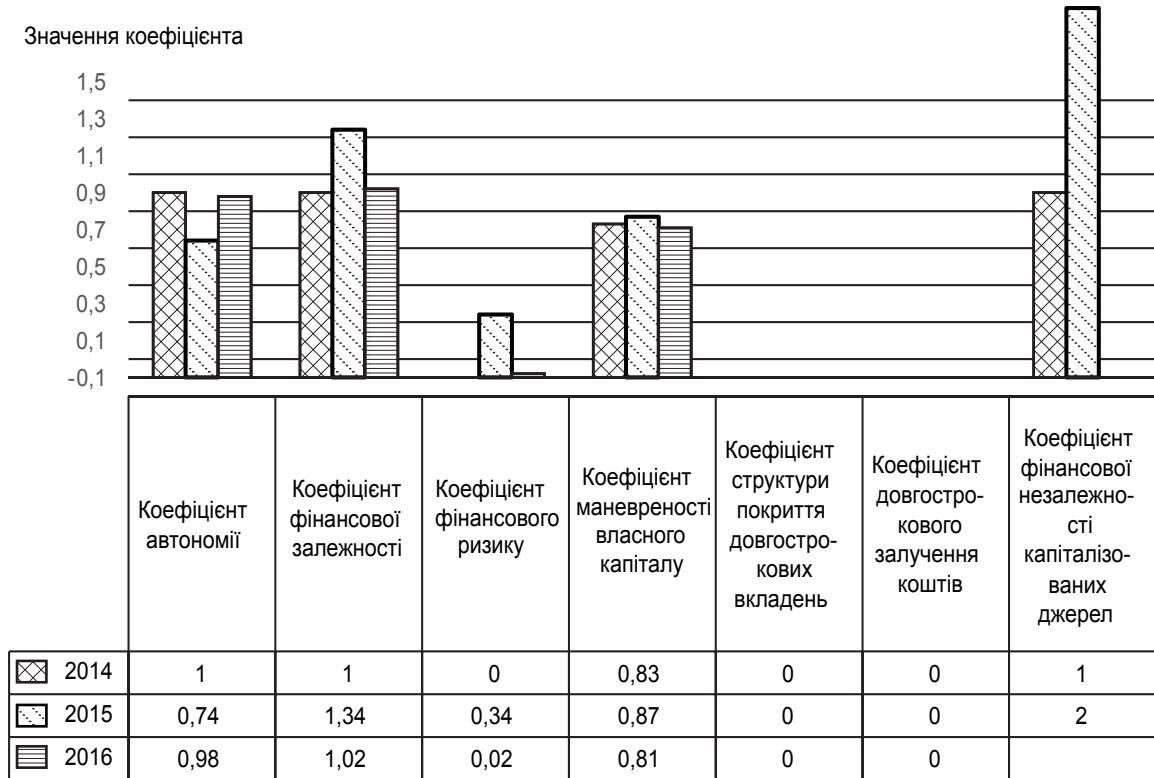


Рис. 1. Динаміка зміни показників фінансової стійкості ДНВП «Об'єднання Комунар», 2014–2016 рр.

Оскільки в підприємства відсутні довгострокові зобов'язання, то коефіцієнти структури покриття довгострокових вкладень і довгострокового залучення коштів дорівнюють нулю. З одного боку, відсутність довгострокових кредитів свідчить про незалежність підприємства від зовнішніх кредиторів, а з іншого – фінансування підприємства за рахунок зовнішніх джерел є ознакою недостатньо розробленої стратегії підприємства, як наслідок, знижується рівень рентабельності власного капіталу [5].

Коефіцієнт фінансової незалежності капіталізованих джерел у 2014–2016 рр. дорівнював одиниці, що пов'язано передусім із відсутністю довгострокових зобов'язань. Частково це є позитивним моментом, адже у підприємства з великою часткою власного капіталу кредитори вкладають кошти охоче, оскільки це є свідченням можливостей для погашення боргів за рахунок власних коштів.

Таким чином, згідно із методикою аналізу фінансово-господарського стану підприємства проаналізовано загальні показники діяльності підприємства, показники ліквідності, фінансової стійкості та рентабельності. Розраховані значення показників дають підстави стверджувати, що господарська діяльність ДНВП «Об'єднання Комунар» була прибутковою, а його фінансовий стан можна вважати стійким. Однак, слід зауважити, що в процесі своєї діяльності підприємство має певні проблеми з ліквідністю та рентабельністю.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Кузенко Т. Б.

Література: 1. Кононенко О., Маханько О. Аналіз фінансової отчетності. Харків : Фактор, 2007. 208 с. 2. Литвин Б. М., Стельмах М. В. Фінансовий аналіз : навч. посіб. Київ : Хай-Тек Прес, 2008. 336 с. 3. Базилінська О. Я. Фінансовий аналіз: теорія та практика : навч. посіб. Київ : Центр навч. літ., 2009. 328 с. 4. Грабовецький Б. Є. Економічний аналіз : навч. посіб. Київ : Центр навч. літ., 2009. 256 с. 5. Бандурка О. М., Коробов М. Я., Орлов П. І., Петрова К. Я. Фінансова діяльність підприємства. Київ : Либідь, 2002. 384 с. 6. Економічна енциклопедія / відп. ред. С. В. Мочерний. Київ : Академія, 2002. 952 с.

АНАЛІЗ СТАНУ ТА ПЕРСПЕКТИВ РОЗВИТКУ ПОЛІГРАФІЧНОЇ ГАЛУЗІ В УКРАЇНІ

УДК 655.1:311.3

Юркова К. В.

Магістрант 1 року навчання
фінансового факультету ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. Досліджено динаміку розвитку поліграфічної галузі в Україні. Проаналізовано результати діяльності підприємств поліграфічної промисловості. Визначено основні фактори, що впливають на стан і перспективи розвитку сучасної вітчизняної поліграфічної промисловості. Запропоновано шляхи збільшення прибутку вітчизняних підприємств поліграфічної галузі.

Ключові слова: підприємство, організація, поліграфічна галузь, фінанси, фінансові результати, фінансовий стан, перспективні напрями розвитку.

Аннотация. Исследована динамика развития полиграфической отрасли в Украине. Проанализированы результаты деятельности предприятий полиграфической промышленности. Определены основные факторы, влияющие на состояние и перспективы развития современной отечественной полиграфической промышленности. Предложены пути увеличения прибыли отечественных предприятий полиграфической отрасли.

Ключевые слова: предприятие, организация, полиграфическая отрасль, финансы, финансовые результаты, финансовое состояние, перспективные направления развития.

Annotation. Studied the dynamics of the printing industry in Ukraine. Analyzed the results of the enterprises of the printing industry. The main factors affecting the state and development prospects of the modern domestic printing industry are identified. Proposed ways to increase the profits of domestic enterprises of the printing industry.

Keywords: enterprise, organization, printing industry, finance, financial results, financial condition, promising areas of development.

Сучасний розвиток національної економіки визначається фактором інформаційного забезпечення суспільства, чому в змозі і повинна сприяти поліграфічна галузь. Поліграфічна галузь є однією з найбільш наукомістких галузей промисловості, а її важливість для економіки розвиненої держави полягає передусім в тому, що в її сфері зосереджено висококваліфікований трудовий потенціал як гуманітарного, так і науковотехнічного профілю. Видавнича продукція як інтелектуальний продукт є однією з ключових складових культурного, освітньонаукового та інформаційного потенціалу держави.

На сьогодні аналіз стану поліграфічних підприємств, їх перспектив розвитку є надзвичайно важливим, оскільки сучасні динамічні зміни у вітчизняному ринковому середовищі та вплив факторів зовнішнього і внутрішнього середовища визначають низку проблем щодо розвитку поліграфічної галузі.

Метою написання статті є дослідження сучасного стану поліграфічної галузі та перспектив її розвитку.

Дослідженню проблем поліграфічної галузі присвятили свої наукові роботи Довгань Л. Є., Дурняк Б. В., Шангрет А. М., Мельников О. В., Лазановський П. П., Шендерівська Л. П. та ін. Однак, зважаючи на важливість галузі та динамічність змін, актуальними є постійний моніторинг та оцінка результатів діяльності поліграфічних підприємств і галузі в цілому.

Офсетне друкування нині є основним засобом відтворення поліграфічної продукції у різних її видах: газетах, журналах, книгах, пакувальній та етикетковій продукції.

Соціально-економічні перетворення суттєво впливають на зміну інформаційного простору, видавничий ринок і структуру поліграфічної промисловості. Серед останніх тенденцій слід відзначити загострення технологічної конкуренції між традиційним офсетним друком і цифровим друком, зниження за тиражами газетних видань і зростання за накладом етикеткової та пакувальної продукції, створення середніх і дрібних приватних підприємств, які витримують нові умови конкуренції щодо якості продукції, номенклатури послуг і термінів виконання замовлення.

Рентабельність діяльності підприємств залишається на низькому рівні, інколи дорівнює нулю. Так, частка прибуткових підприємств не перевищує 38 %, значна частина підприємств перебувають у зоні нульової рентабельності. У газетно-журнальному секторі ринку поліграфічних робіт завантаженість підприємств становить 50–60 %. Найважливішим фактором, що визначає сучасний стан поліграфічного виробництва та його подальший розви-

ток, є ціна виконуваних робіт, що впливає на прибуток, рентабельність, як наслідок, на конкурентоспроможність підприємства і галузі в цілому.

Аналіз діяльності поліграфічних підприємств у 2015–2017 рр. засвідчив, що розвиток вітчизняного поліграфічного бізнесу мав стійку позитивну динаміку за рахунок появи нових поліграфічних комплексів і модернізації друкарень. У 2013 р. спостерігається спад поліграфічного виробництва, а у 2014–2017 рр. – позитивна динаміка випуску друкованої продукції (рис. 1) [2; 5].

Темп зростання реалізації продукції в грошовому вираженні до 2018 р., %

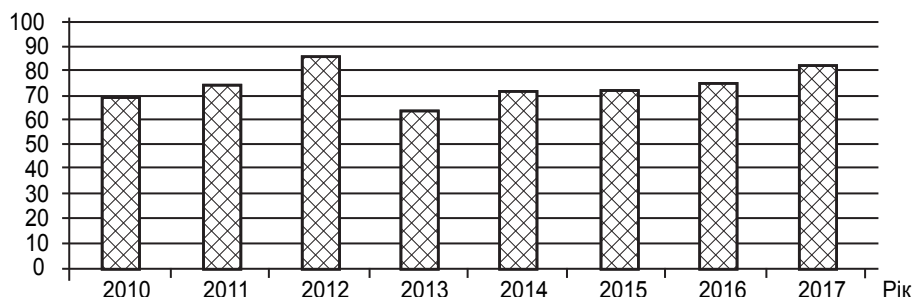


Рис. 1. Динаміка реалізації поліграфічної продукції, 2010–2017 рр.

Бачимо (рис. 1), що найефективнішим для підприємств поліграфічної галузі був 2012 р., коли було реалізовано найбільший за вісім років обсяг продукції та послуг.

Аналіз діяльності підприємств поліграфії, видавничої справи та книгорозповсюдження дає підстави спрогнозувати з великою часткою ймовірності кризу цієї галузі, про що свідчать окремі тенденції ринку газетної та книжкової продукції:

- зменшення тиражів і кількості найменувань продукції: нині в Україні друкується менше однієї книги на душу населення;
- поліграфічна галузь є імпортозалежною як щодо поліграфічного обладнання, так і розхідних матеріалів, передусім паперу;
- зростає криза неплатежів за реалізовану друковану продукцію;
- недостатнім є державне фінансування.

Аналіз господарської діяльності поліграфічних підприємств засвідчує, що 40 % із них мають середні результати господарської діяльності, 20 % – достатні, 20 % – задовільні і 20 % – незадовільні.

Динаміка узагальнених показників розвитку галузі має переважно позитивний характер, але помітні деякі коливання, що є спричиненими суттєвим впливом різних факторів (табл. 1) [2; 5].

Таблиця 1

Показники розвитку поліграфічної галузі, 2015–2017 рр.

Показник	Роки		
	2015	2016	2017
Кількість підприємницьких структур, од.	5734	5953	5934
Обсяг реалізованої продукції у фактичних цінах, млн грн	5986,1	6838,2	7646,3
Основні засоби галузі: первісна вартість на кінець року, млн грн	3183,4	3734,2	4391,0
Середньорічна кількість найманих штатних працівників у галузі, осіб	73004	74531	70487
Валові інвестиції в основний капітал, млн грн	579,6	530,7	786,8
Чистий прибуток, млн грн	207,4	320,1	149,9

Бачимо, що середньорічний приріст кількості підприємств у 2015–2017 рр. становив 3,78 % за щорічного середнього збільшення обсягу реалізованої продукції на 19,9 %, хоча зміну величини кінцевого фінансового результату не можна вважати виключно позитивною.

На підставі аналізу даних Державного реєстру видавців, виготівників та розповсюджувачів друкованої продукції визначено, що станом на 1 січня 2017 р. в Україні зареєстровано 5 338 видавничо-поліграфічних підприємств різної організаційно-правової форми та видів економічної діяльності. Проведений аналіз структури суб'єктів видавничої справи показав, що максимальну частку становлять видавництва – 31,27 %, мінімальну – 0,62 % –

поліграфічно-книгорозповсюджувальні підприємства. За організаційно-правовою формою переважають юридичні особи – 79,15 %, за формою власності – приватні підприємства – 89,19 %.

Частка поліграфічних підприємств у загальній кількості становить 12,61 %, із них 92,3 % є малими, 89,2 % – приватної форми власності.

Показники фінансової стійкості сучасних вітчизняних поліграфічних підприємств за 2015–2017 рр. засвідчують, що підприємства є незалежними від кредиторів, мають достатній рівень ліквідності активів для розрахунку за поточними зобов'язаннями. Аналіз значень показників сучасної вітчизняної поліграфічної галузі засвідчує, що для підприємств характерною є фінансова незалежність. Проведений аналіз ліквідності засвідчує, що динаміка показників є задовільною, тобто підприємства спроможні своєчасно й у повному обсязі здійснювати розрахунки за короткостроковими зобов'язаннями перед контрагентами; наявність у підприємств ліквідних засобів, грошових коштів на рахунках і легко реалізовуваних елементів оборотних активів [5].

Таким чином, результати досліджень дають підстави стверджувати, що розвиток поліграфічної промисловості впродовж останніх п'яти років мав тенденцію до зростання, урахувавши кризові явища в економіці України. Через зростання останнім часом попиту на цифрові технології й відповідно перехід від друкованої продукції до цифрових носіїв попит на друковану продукцію дещо знижується. Тому для поліграфічної промисловості важливо втримати свої позиції та досягти зростання динаміки обсягів виробленої продукції не менш ніж на 7 %.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Добринь С. В.

Література: 1. Довгань Л. Є., Воржакова Ю. П. Поліграфічна промисловість України: сучасний стан та тенденції розвитку. *Економічний вісник Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут»*. 2013. № 10. С. 139–143. 2. Дурняк Б., Штангрет А., Мельников О. Поліграфічна галузь України: стан, проблеми, тенденції: статистично-графічний огляд : монографія. Львів : Українська академія друкарства, 2009. 274 с. 3. Лазановський П. П. Основні фонди поліграфічних підприємств: проблеми використання та оновлення. *Палітра друку*. 2005. № 3. С. 9–11. 4. Шендерівська Л. П. Фактори впливу на прибуток поліграфічного підприємства. *Економічний аналіз*. 2014. № 2. С. 203–209. 5. Статистична інформація // Офіційний сайт Державної служби статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>.

МАТРИЦЯ ФІНАНСОВИХ СТРАТЕГІЙ ВИДАВНИЧОГО БУДИНКУ «БАЛДРУК»

УДК 65.012.23

Юркова К. В.

Магістрант 1 року навчання
фінансового факультету ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. Обґрунтовано, що матриця фінансових стратегій Франшиона–Романе є ефективним методичним підходом до оцінки фінансового розвитку підприємства й аналізу альтернативних варіантів зміни його фінансового стану. Проаналізовано фінансовий стан ВБ «Балдрук», надано рекомендації щодо його розвитку.

Ключові слова: підприємство, організація, поліграфічна галузь, фінанси, фінансовий стан, фінансова діяльність, стратегія, стратегічний менеджмент, матричний аналіз, матриця фінансових стратегій, матриця фінансових стратегій Франшиона–Романе.



Аннотація. Обосновано, что матрица финансовых стратегий Франшиона–Романе является эффективным методическим подходом к оценке финансового развития предприятия и анализу альтернативных вариантов изменения его финансового состояния. Проанализировано финансовое состояние ИД «Балдрук», даны рекомендации касательно его развития.

Ключевые слова: предприятие, организация, полиграфическая отрасль, финансы, финансовое состояние, финансовая деятельность, стратегия, стратегический менеджмент, матричный анализ, матрица финансовых стратегий, матрица финансовых стратегий Франшиона–Романе.

Annotation. It is substantiated that the matrix of financial strategies of Franchona–Romane is an effective methodical approach to assessing the financial development of an enterprise and analyzing alternative options for changing its financial condition. Analyzed the financial condition of the PH «Baldruc», made recommendations regarding its development.

Keywords: enterprise, organization, printing industry, finance, financial condition, financial activity, strategy, strategic management, matrix analysis, matrix of financial strategies, matrix of financial strategies of Franchona–Romane.

Фінансову успішність, економічну ефективність та майбутню доцільність показує найважливіша комплексна фінансова оцінка – вартість суб'єкта господарювання, свого роду індикатор ефективності змін у його господарській діяльності.

Для досягнення максимізації ринкової вартості підприємства необхідною умовою є розробка та постійне коригування довгострокового фінансового плану розвитку підприємства, тобто його фінансової стратегії. Фінансова стратегія є одним із найважливіших видів функціональної стратегії підприємства, що забезпечує всі основні напрями розвитку її фінансової діяльності та фінансових відносин шляхом вибору найефективніших шляхів досягнення фінансових цілей, адекватного коригування напрямів формування і використання фінансових ресурсів у разі зміни умов зовнішнього середовища [2].

В економічній літературі питання розробки та реалізації фінансової стратегії підприємства висвітлено у працях вітчизняних і зарубіжних науковців, серед них Портер М., Ансофф І., Бланк І., Іванюта С., Ястремська О., Гриньов А., Ткачук І. та ін.

Метою написання статті є визначення стадії фінансового розвитку підприємства поліграфічної галузі, оцінка наявних стратегічних альтернатив на підставі матриці Франшиона–Романе та надання рекомендацій щодо формування оптимальної фінансової стратегії з урахуванням галузевого аспекту.

Матриця фінансових стратегій Франшиона–Романе є стратегічною фінансовою моделлю, що має у своїй основі значення трьох основних показників фінансового менеджменту: результату господарської діяльності (РГД), результату фінансової діяльності (РФД) та результату фінансово-господарської діяльності (РФГД) [2].

Результат господарської діяльності свідчить про ліквідність підприємства після фінансування всіх витрат, що є пов'язаними з його розвитком. Його додатне значення дає підстави готуватися до реалізації масштабних інвестиційних проєктів; розраховують за формулою (1):

$$РГД = БР - \Delta ФЕП - \Delta ОФ + ІД, \quad (1)$$

де $БР$ – бруто-результат від експлуатації інвестицій;

$\Delta ФЕП$ – зміна фінансово-експлуатаційних потреб;

$\Delta ОФ$ – зміна первісної вартості основних фондів за звітний період;

$ІД$ – інші доходи [2; 5].

Результат фінансової діяльності відображає фінансову політику підприємства. Вирішальне значення для визначення знака результату фінансової діяльності має знак зміни позикових коштів. За зростання використання позикових коштів результат фінансової діяльності зростає і його значення стає додатним. За зростання витрат, що є пов'язаними з оплатою позикових коштів, результат фінансової діяльності починає знижуватися; розраховують за формулою (2):

$$РФД = \Delta ПК - Вф - ПП - Д + Дук - Вук - ФІд + Дф, \quad (2)$$

де $\Delta ПК$ – зміна позикового капіталу за звітний період;

$Вф$ – фінансові витрати за позиковими коштами;

$ПП$ – податок на прибуток від звичайної діяльності;

$Д$ – дивіденди;

$Дук$ – дохід від участі в капіталі;

Вук – витрати від участі в капіталі;

ФІД – середньорічне значення довгострокових фінансових інвестицій;

Дф – інші фінансові доходи [2; 5].

Результат фінансово-господарської діяльності обчислюють як суму результатів господарської та фінансової діяльності підприємства. Результат фінансово-господарської діяльності дає змогу оцінити обсяг вільних грошових коштів підприємства після фінансування ним усіх витрат і виробничого розвитку. Додатне значення результату фінансово-господарської діяльності свідчить про наявність у підприємства вільних грошових коштів для фінансування інших напрямів діяльності, від'ємне – про нестачу вільних грошових коштів, що може призвести до ліквідних ускладнень або скорочення можливостей підприємства [3].

Матриця фінансових стратегій Франшона–Романе дає змогу з'ясувати поточний стан підприємства щодо фінансового ризику, розглянути ситуацію в динаміці та спрогнозувати зміни фінансової стратегії, планувати його майбутній стан, формувати ефективну фінансову стратегію.

Результат фінансово-господарської діяльності показує величину і динаміку грошових коштів підприємства після здійснення всього комплексу інвестиційно-виробничої та фінансової діяльності фірми. Від'ємне значення результату фінансово-господарської діяльності протягом тривалого періоду може призвести до банкрутства підприємства. Результати розрахунку значень показників фінансово-господарської діяльності ВБ «Балдрук» подано в табл. 1; 2 [5; 7].

Таблиця 1

Розрахунок результату господарської діяльності ВБ «Балдрук»

Показник	Умовні позначки	2015	2016	2017	На 2018
1. Додана вартість	ДВ	82995	91871	109724	60049
а) вартість виробленої та реалізованої у звітному періоді продукції	ТП	120266	130227	157700	88074,5
б) матеріальні витрати	МВ	37271	38356	47976	28025,5
2. Брутто-результат від експлуатації інвестицій	БРЕІ	4973,5	9162,8	11085,7	5142,2
а) податок на додану вартість	ПДВ	16599	18374,2	21944,8	12009,8
б) витрати на оплату праці	ВП	44203,5	46711,5	57055,5	32493,5
в) обов'язкові платежі, що є пов'язаними з оплатою праці	ОП	16295	17188,5	18663,5	9633,5
г) усі податки й податкові платежі, крім податку на прибуток	П	924	434	974,5	770
3. Зміна величини фінансово-експлуатаційних потреб	Δ ФЕП	-14748	1226	702	-964
а) матеріальні запаси на початок звітного періоду	Зп	3110	3343	3296	5217
б) матеріальні запаси на кінець звітного періоду	Зк	3343	3296	5217	4163,5
в) дебіторська заборгованість на початок звітного періоду	ДЗ _п	21123	11455	7801	19658
г) дебіторська заборгованість на кінець звітного періоду	ДЗ _к	11455	7801	19658	15556,5
д) кредиторська заборгованість на початок звітного періоду	КЗ _п	429	5509	629	11784
е) кредиторська заборгованість на кінець звітного періоду	КЗ _к	5509	629	11784	8646,5
ж) ФЕП на початок звітного періоду	КЗ _п	23804	9289	10468	13091
з) ФЕП на кінець звітного періоду	ФЕП _п	9056	10515	11170	12127
4. Виробничі інвестиції	ВІ	177	-56	1898	-4981
5. Звичайні продажі майна	ПМ	0	0	318,5	318,5
Результат господарської діяльності	РГД	19544,5	7992,8	8804,2	11405,7

Таблиця 2

Розрахунок показника результату фінансової діяльності ВБ «Балдрук»

Показник	Умовні позначки	2015	2016	2017	На 2018
1. Зміна позикових коштів за звітний період	ДПК	-601	12756	124672	-87366,67
а) позикові кошти підприємства на початок періоду	ПК _н	2249	1648	14404	139076,00
б) позикові кошти підприємства на кінець періоду	ПКК	1648	14404	139076	51709,33
2. Відсотки банку	ВБ	0	0	0	0,00
3. Податок на прибуток від звичайної діяльності	ПП	-125	-600,5	-770,5	-295,00
4. Виплачені дивіденди	ВД	0	0	0	0,00
5. Суми, отримані від емісії акцій	ЕА	0	0	0	0,00
6. Кошти, вкладені у статутні фонди інших підприємств	СФ	-902	-1688	-2025,5	-1239,50
7. Довгострокові фінансові інвестиції	ДФ ср ОПУ	3	3	2223	2221,50
8. Отримані відрахування від прибутку заснованих підприємств і доходи від інших довгострокових фінансових вкладень		0	0	0	0,00
Результат фінансової діяльності	РФД	423	15041,5	125245	-88053,67
Результат фінансово-господарської діяльності	РФГД	19967,5	23034,3	134049	-76647,97

Бачимо (табл. 1; 2), що у 2018 р. результат господарської діяльності має позитивну динаміку. Однак, інвестиційно-господарська діяльність підприємства у 2018 р. має негативну динаміку через довгострокові зобов'язання та короткострокові кредити банків на початок звітного періоду, отже, підприємству слід скоротити використання позикових коштів.

Для визначення місця розташування підприємства у квадрантах матриці визначимо, чому дорівнюють розраховані показники щодо обраного показника до величини додаткової вартості (табл. 3) [4; 5].

Таблиця 3

Розраховані коефіцієнти матриці фінансових стратегій

Показник	2015	2016	2017
РГД	> 0	> 0	> 0
РФД	≈ 0	> 0	> 0

Визначимо місце досліджуваного підприємства в одному з дев'яти квадрантів матриці фінансових стратегій Франсона-Романе (табл. 4) [4; 5].

Таблиця 4

Позиціонування ВБ «Балдрук» у матриці фінансових стратегій

	РФД < 0	РФД ≈ 0	РФД > 0
РГД > 0		2015 → 2016	2017 ↓
РГД ≈ 0			
РГД < 0			

За даними табл. 4 відзначимо, що за три роки підприємство перейшло із зони стійкої рівноваги до зони дефіциту. На сьогодні підприємство перебуває у квадранті передкризового стану.

Для діяльності підприємства характерними є від'ємні значення фінансової діяльності. Подальше залучення позикових коштів стає для підприємства неможливим. Для поліпшення ситуації можливий продаж майна підприємства або рятунку від неліквідної частини основних коштів.

Для розробки фінансових стратегій доцільно використовувати кілька підходів, в основі матриці закладена фінансова політика та політика фінансування. Складовими Z-матриці є чотири частини, вона заснована на оцінці темпу зростання (табл. 5) [4; 5].

Таблиця 5

Показники для побудови Z-матриці

Показник	2014	2015	2016	2017
Чиста рентабельність продажу	3,93	0,75	2,17	-5,70
Ресурсовіддача	1,63	1,23	1,08	1,21
Коефіцієнт фінансової залежності	1,29	1,39	1,32	1,54
Норми накопичення	1,52	2,61	0,76	-0,33
Темп стійкого зростання (доходу)	6,41	0,92	2,35	-6,90
Темп зростання фінансування підприємства	1,96	3,63	1,00	-0,50

Оберемо квадрант, у якому підприємству необхідно працювати з відповідною фінансовою стратегією, зробимо рекомендації щодо ведення фінансової діяльності підприємства (рис. 1) [5].



Рис. 1. Квадранти Z-матриці, у яких розміщувався ВБ «Балдрук», 2015–2017 рр.

Бачимо (рис. 1), що у 2015–2017 рр. підприємство розміщувалося у першому квадранті, який має назву «Зростання, що веде до зростання вартості бізнесу». Це засвідчує, що в підприємства існував надлишок капіталу. У 2018 р. підприємство перейшло у третій квадрант стратегії, який має назву «Наздоганяюче зростання»: у 2018 р. показники підприємства істотно знизилися.

Таким чином, ВБ «Балдрук» має досить високий потенціал розвитку. Реалізація запропонованих заходів для досягнення задовільного фінансового стану дасть змогу підприємству подолати наявні дестабілізуючі явища в його діяльності, забезпечить підвищення рівня ліквідності та платоспроможності, а також ефективності господарської діяльності підприємства без надмірного зростання залежності від зовнішніх джерел фінансування.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Добринь С. В.

Література: 1. Бутиріна В. М., Верещаєва Г. А. Визначення фінансової стратегії розвитку підприємства. *Науковий вісник НЛТУ України*. 2011. № 7. С. 177–181. 2. Бланк І. А. Фінансова стратегія підприємства. Київ : Ельга ; Ника-Центр, 2004. 720 с. 3. Ансофф І. Стратегическое управление / пер. с англ. М. : Экономика, 1989. 520 с. 4. Іванюта С. М. Антикризове управління : навч. посіб. Київ : Центр навч. літ., 2007. 288 с. 5. Ястремська О. М., Гриньов А. В. Якість формування фінансової стратегії підприємства. *Фінанси України*. 2006. № 6. С. 121–128. 6. Портер М. Конкурентная стратегия. Методика анализа отраслей и конкурентов. М. : Альпина Бизнес Букс, 2005. 190 с. 7. Ткачук І. Г. Формування фінансової стратегії в системі управління підприємством. *Вісник ЖДТУ*. 2008. № 2. С. 301–309.

ПРОБЛЕМА ПРАЦЕВЛАШТУВАННЯ МОЛОДІ

УДК 331.5 (477)

Яковенко С. В.

Студент 2 курсу
факультету міжнародних економічних відносин ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. Визначено сутність понять «безробіття», «молодь», «молодий спеціаліст», «освіта». На підставі соціологічних досліджень проаналізовано проблеми зайнятості молодих фахівців за сучасних умов. Запропоновано напрями оптимізації зайнятості сучасних молодих фахівців.

Ключові слова: підприємство, організація, право на працю, зайнятість, безробіття, освіта, молодь, молодий фахівець, соціологічні дослідження.

Аннотация. Определена сущность понятий «безработица», «молодежь», «молодой специалист», «образование». На основании социологических исследований проанализированы проблемы занятости молодых специалистов в современных условиях. Предложены направления оптимизации занятости современных молодых специалистов.

Ключевые слова: предприятие, организация, право на труд, занятость, безработица, образование, молодежь, молодой специалист, социологические исследования.

Annotation. The essence of the concepts «unemployment», «youth», «young specialist», «education» is defined. On the basis of sociological studies, the employment problems of young specialists in modern conditions are analyzed. The directions for optimizing the employment of modern young professionals are proposed.

Keywords: enterprise, organization, right to work, employment, unemployment, education, youth, young specialist, sociological research.

Актуальність цієї статті є зумовленою тим, що молоді люди є основою майбутнього трудового потенціалу країни. За сучасних умов усе нагальнішими стають проблеми зайнятості випускників вищих навчальних закладів, набувають актуальності найповніша реалізація їх професійного й особистого потенціалу. Молоді фахівці, які виходять на ринок праці після закінчення навчання, неминуче стикаються із різними труднощами. Зрілі люди не мають стільки проблем у пошуку роботи, оскільки вони мають певний досвід працевлаштування. Однак, таким досвідом не може похвалитися випускник університету, який тільки-но отримав диплом і прагне застосувати свої знання на практиці. Відсутність стажу у більшості випадків є основною причиною відмови у прийнятті молодих фахівців на роботу [1].

Однією з проблем працевлаштування молоді є невідповідність певній віковій групі, що, у свою чергу, є однією з вимог роботодавця. Можливим шляхом розв'язання цієї проблеми є прямі переговори з роботодавцем і демонстрація своїх знань і вмінь.

Освіта й навички є складовими людського капіталу, які нерозривно пов'язані із особистими та інтелектуальними зусиллями покуштя, часовими, матеріальними витратами, самоокупністю витрат. Цілеспрямованість, мотивація, здатність долати бар'єри – риси характеру, що визначають ефективність професійного розвитку молодих фахівців у сучасному суспільстві. Саме ці якості допомагають їм досягти успіху на життєвому шляху.

Питання безробіття досліджували науковці Міклош Ю., Федоренко В., Назарова Г., Касьмін Д., Галка Л., Моцін І., Пап'єв М., Піжук А. та ін. Питання взаємозв'язку між інфляцією та безробіттям досліджував Філіпс А., пізніше – Самуельсон П. і Солоу Р. розробили криву Філіпсона. Оукен А. дійшов висновку, що рівень безробіття залежить від динаміки обсягу валового внутрішнього продукту [2]. Зайнятість є важливим соціальним, психологічним і моральним явищем, що напрями пов'язаний із державною політикою, а також у контексті глобалізації – із політикою міжнародних організацій. На сьогодні проблема зайнятості є актуальною у нашій країні, вона потребує пошуку напрямів розв'язання проблем, які її формують, зважаючи на сучасну економічну ситуацію [3].

Соціально-економічні наслідки безробіття серед молоді є складнішими та глибшими, ніж безробіття дорослого населення. При аналізі наслідків безробіття увагу звертають передусім на економічну сторону проблеми. Безробіття спричиняє зменшення середнього реального валового внутрішнього продукту на душу населення та зниження рівня життя населення. Крім економічних, безробіття має значні негативні соціальні наслідки. Довгострокове безробіття призводить до втрати самооцінки, кваліфікації, розладів у сім'ї, зростання злочинності [4].

Найбільшою проблемою щодо пошуку роботи для молоді є відсутність досвіду роботи молодого фахівця. На жаль, в Україні не існує жодного закону, який би міг захистити молодь від недосвідченості й примусово зобов'язати

всіх роботодавців залучати випускників вищих навчальних закладів, що могло б стати для більшості вирішенням проблеми. До того ж обов'язкове набуття практичних знань при навчанні студента на третьому-п'ятому курсах дасть змогу молодому фахівцю отримати в майбутньому робоче місце, де він раніше пройшов практичний курс.

Безробіття молоді є критичним показником, тривожним сигналом для вітчизняної економіки. На сьогодні в Україні – один із найвищих показників безробіття серед молоді до 25 років в Європі: у 2016 р. 23,1 % молодих українців були безробітними, у 2017 р. ситуація дещо покращилася (17,7 % безробітних). Щорічно до Державної служби зайнятості звертаються приблизно 5–7 % (92 тис.) випускників навчальних закладів [5]. Криза робочих місць найбільше вражає молодих людей не лише в нашій країні, але і в усьому світі, де безробіття серед молоді є втричі вищим, ніж серед дорослих.

Однак, усе частіше соціологічні опитування свідчать про бажання молодих українців виїхати за кордон для навчання, пошуку роботи або тимчасового заробітку [5]. Рівень безробіття населення за методологією Міжнародної організації праці (МОП) за статтю, віковими групами та місцем проживання у 2017 р. подано в табл. 1 [7].

Таблиця 1

Рівень безробіття населення в Україні, 2017 р.

	Разом	у тому числі за віковими групами, років						
		15–24	25–29	30–34	35–39	40–49	50–59	60–70
Усе населення	10,1	17,7	13,2	9,8	10,4	9,0	8,5	0,1
Жінки	8,5	14,8	9,7	9,5	10,0	7,8	7,0	-
Чоловіки	11,5	19,9	15,5	10,1	10,8	10,3	10,0	0,2
Міські поселення	9,5	15,7	12,3	9,1	10,6	9,0	7,4	0,1
Сільська місцевість	11,5	20,4	14,9	12,1	9,8	9,0	10,9	-

Такі настрої давно зафіксовано українською соціологією. За даними Інституту демографії та соціальних досліджень, 65 % українців у найбільш працездатному віці – від 14 до 35 років хочуть виїхати з країни за кордон. Більш того, 69 % молодих людей хочуть змінити місце проживання саме задля поліпшення умов проживання. За результатами опитування експерти Інституту демографії прогнозують, що протягом наступних 45 років населення України зменшиться в результаті міграції мінімум на 10 млн, і в цілому в Україні може залишитися лише 2,8 млн молодих українців. До того ж швидше за все це будуть громадяни з низькою соціальною мобільністю, без професійної кваліфікації та знань англійської мови, тобто ті, хто просто не може реалізувати себе за кордоном [7].

Масові трудові міграції є спробою втекти від відчаю, недотримання прав, бідності та війни, до чого вдаються все більше молодих громадян країни, через що Україна втрачає перспективи розвитку.

Тому під час круглого столу «Проблеми та перспективи працевлаштування молоді в Україні», який відбувся 29 січня 2013 р., було визначено основні причини безробіття серед молоді:

- відсутність мотивації до роботи;
- неправильно обрана спеціальність;
- відсутність необхідних професійних знань;
- нестача навичок роботи з ПК;
- неграмотно складене резюме;
- низький рівень комунікативних навичок;
- відсутність навичок пошуку роботи;
- надвисока очікувана заробітна плата.

На сьогодні проблема зайнятості молоді залишається однією з нагальних проблем, ефективне розв'язання якої дасть змогу ефективніше розвивати економіку України, зробивши її стабільною, розвиненою процвітаючою державою.

Заходами, спрямованими на оптимізацію зайнятості молодих фахівців і розв'язання проблем безробіття, є:

- розробка ефективної системи надання допомоги молодим людям у пошуку роботи, орієнтованої на їх потреби;
- соціально-психологічні та правові консультації молоді з проблем працевлаштування;
- організація круглих столів, конференцій, семінарів з питань працевлаштування молоді із залученням громадських компаній;



- упровадження в освітній компонент семінарів з питань технології зайнятості, уміння аналізувати сучасний ринок праці;
- створення умов для студентів старших курсів, які дають змогу їм поєднувати роботу та навчання;
- проведення тренінгів і майстер-класів з особистісного та професійного зростання студентів;
- компанії та підприємства мають брати участь у діяльності, спрямованій на працевлаштування молоді;
- представники молодіжних організацій мають залучатися до розробки й упровадження програм, що є спрямованими на підвищення соціальної активності й участі молоді;
- розробка та реалізація програм, що є спрямованими на адаптацію молоді до ринку праці;
- розробка й упровадження механізму фінансової підтримки підприємств, організацій та установ, залучених до здійснення програм з працевлаштування молодих фахівців [3; 4].

Молоді професіонали в пошуках роботи частіше чекають допомоги з боку, сподіваються на щасливий збіг обставин життя, негативно ставляться до думки роботодавців і державних установ, які надають допомогу в працевлаштуванні. Для молодого фахівця важливо звернути увагу на потенціал внутрішніх ресурсів, не використовуваних належним чином, залучити зовнішні ресурси, які має суспільство і які молоді люди не використовують у повній мірі. Процес ефективної інтеграції молодих фахівців у сучасне суспільство можливий за існування балансу між внутрішніми ресурсами особистості та зовнішніми ресурсами й особливостями ситуації, у якій живе молодий спеціаліст.

Таким чином, наполегливість молодих фахівців, які хочуть працювати, разом із впровадженням ефективної державної молодіжної політики держави, спрямованої на забезпечення молодих людей роботою з достатніми умовами праці, сприятиме поліпшенню ситуації, що є пов'язаною з рівнем зайнятості населення. Ефективне розв'язання проблеми зайнятості молоді дасть імпульс розвитку економіки, що, у свою чергу, сприятиме формуванню України як стабільної розвиненої країни.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Степанова Е. Р.

Література: 1. Проблематика працевлаштування молоді у сучасному суспільстві. URL: <https://www.businesslaw.org.ua/pracevlashtyvannya-molodi>. 2. Піжук О. І. Прогнозування росту жіночого безробіття в умовах фінансово-економічної кризи на основі економетричних моделей. *Економіка та держава*. 2009. № 9. С. 35-36. 3. Назарова Г. В., Касьмін Д. С. Особливості функціонування ринку праці молоді в інституціональному середовищі. *Бізнес Інформ*. 2016. № 4. С. 8-14. 4. Волкова О. В. Ринок праці : навч. посіб. Київ : Центр навч. літ., 2007. 624 с. 5. Статистична інформація // Офіційний сайт Державної служби статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>. 6. Манчук А. Молодежь Украины: попытка к бегству. URL: <https://news-front.info/2017/05/25/molodyozh-ukrainy-popytka-k-begstvu>. 7. Укррудпром. URL: <https://www.ukrrudprom.ua>.



ОСОБЛИВОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ ЛОГІСТИКИ НА СКЛАДІ

УДК 005.932

Якуба А. В.

Студент 4 курсу
факультету менеджменту і маркетингу ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. Обґрунтовано значущість логістики для діяльності сучасного вітчизняного підприємства. Деталізовано структуру ефективної логістичної служби. Проаналізовано методи управління запасами, а також принципи ефективного логістичного процесу.

Ключові слова: підприємство, організація, фінанси, фінансовий стан, логістика, логістичний процес, управління запасами.

Анотація. Обоснована значимість логістики для діяльності сучасного вітчизняного підприємства. Деталізована структура ефективної логістичної служби. Проаналізовані методи управління запасами, а також принципи ефективного логістичного процесу.

Ключевые слова: предприятие, организация, финансы, финансовое состояние, логистика, логистический процесс, управление запасами.

Annotation. The significance of logistics for the activities of a modern domestic enterprise has been substantiated. The structure of an efficient logistic service is detailed. Analyzed methods of inventory management, as well as the principles of an effective logistics process.

Keywords: enterprise, organization, finance, financial condition, logistics, logistic process, inventory management.

Актуальність цієї теми є зумовленою тим, що в сучасному бізнесі важлива роль належить логістиці, яка дає змогу за оптимальних витрат і економії всіх ресурсів досягати головної корпоративної мети. Останнім часом розрізняють як функціональні напрямки логістики транспортну, складування, управління запасами, упаковку, розширення сервісних замовлень та ін.

Дослідженням цього питання займалися і займаються чимало зарубіжних і вітчизняних науковців, серед них Бауерсокс Д. Д., Клос Д. Д., Окландер М. А., Анікін Б. О., Алесінська Т. В., Ларіна Р. Р., Гаджинський А. М., Кальченко А. Г., Крикавський Є. В. та ін.

Метою написання статті є дослідження підходів до організації складського господарства.

За сучасних умов для досягнення успіху у підприємницькій діяльності недостатньо застосовувати маркетингові підходи, потрібним є застосування сучасних високоєфективних способів і методів управління потоковими процесами, таких як логістика. Логістика як практична діяльність посіла свою нішу в управлінні сучасними підприємствами. Вона має велике значення для клієнтів, постачальників підприємства, його власників і акціонерів. Логістика координує всі структури підприємства: напрямки, упорядкування й розподіл продукції від виробника до кінцевого споживача із урахуванням рентабельності, результативності та продуктивності [2].

Логістика охоплює весь спектр діяльності підприємства: планування, реалізацію, контроль витрат, переміщення та зберігання матеріалів підприємства. На стадіях розвитку виробництва логістика скорочує витрати і сприяє випуску продукції в установлені терміни. До логістичних дій на підприємстві належать обслуговування клієнтів, транспортування, управління запасами й управління інформаційним потоком.

Сучасні фахівці в галузі логістики відзначають вагому роль запасів у сучасній організації руху товару і відносять управління запасами до факторів, що сприяють підвищенню якості логістичного обслуговування учасників комерційних взаємовідносин. Через вплив на ефективність руху товару певних факторів виникає необхідність виконання запасами логістичних функцій, серед яких географічна спеціалізація, консолідація ресурсів, урівноваження попиту та пропозиції; захист від невизначеності. Завершальною логістичною операцією на підприємстві є обробка замовлень [1].

Функції складів реалізуються у процесі здійснення окремих логістичних операцій. Комплекс складських операцій на різних складах не є однаковим. Склад виконуваних на складах підприємств гуртової торгівлі операцій є послідовністю: розвантаження транспорту, приймання товарів, розміщення на зберігання (укладання в стелажі, штабелі), відбір товарів з місць зберігання, комплектування й упакування, завантаження, внутрішньоскладські переміщення вантажів.

Найтісніший взаємозв'язок складу з іншими учасниками логістичного процесу існує при здійсненні операцій із вхідними та вихідними матеріальними потоками, тобто при виконанні вантажно-розвантажувальних робіт. Технологія виконання цих робіт залежить від характеру вантажу, типу транспортного засобу, а також виду використовуваних засобів механізації.

Наступною важливою операцією є приймання вантажів за кількістю та якістю. У процесі приймання відбувається звірювання фактичних параметрів вантажу, що прибув, із даними товарно-супровідних документів. На складі прийнятий за кількістю та якістю вантаж переміщують у зону зберігання. Товар зі складу підприємства гуртової торгівлі може доставлятися замовнику силами цього підприємства. У такому разі на складі має бути відправна експедиція, яка накопичує підготовлений до відвантаження товар і забезпечує його доставку покупцям.

У зв'язку із коливаннями циклів у виробництві, транспортуванні та споживанні продукції складування стало необхідною ланкою у цій галузі. Накопичення світовим співтовариством продукції, тобто тимчасове зберігання, є зверненням до характеру виробництва і транспорту. Воно дає змогу подолати часові, просторові, кількісні та якісні невідповідності між наявністю та потребою в матеріалах у процесі виробництва та споживання. Зважаючи на це,



склади слід розглядати як транспортно-складські комплекси, у яких процеси переміщення вантажів відіграють чи не першорядну роль. Робота цих комплексів має динамічний стохастический характер з огляду на нерівномірності перевезень вантажів [4].

Склади у логістиці багато в чому відіграють як позитивну, так і негативну роль. Негативною стороною складування є зростання вартості товару через витрати з утримання запасів на складах: витрати на складські операції, оренду складу, поточні витрати з утримання запасів на складах, зарплати робітникам, опалення та ін. Позитивним є те, що забезпечується вирівнювання виробництва, створюються необхідні технічні й організаційні умови для комплектації вантажів, концентрації та розподілу запасів, а також своєчасного обслуговування клієнтів у віддалених регіонах країни.

Логістичний процес на складі вимагає повної синхронності роботи щодо постачання запасами, обробки вантажу та фактичного розподілу замовлення. Логістика на складі охоплює практично всі головні робочі сфери, які розглядаються на мікрорівні. Логістичний процес є набагато ширшим від технологічного й охоплює такі сфери: постачання запасів, контроль за поставками, приймання та розвантаження вантажів, транспортування та внутрішньоскладську перевалку вантажів, зберігання та складування вантажів, формування замовлень клієнтів і відвантаження, експедицію і транспортування вантажів [3].

Роботу всіх елементів логістичного процесу слід розглядати у взаємозалежності та взаємозв'язку. Такий підхід дає змогу не лише регулювати діяльність підрозділів складу, він є базою планування і контролю за переміщенням товару на складі із мінімальними витратами [4].

Таким чином, для максимально продуктивної й ефективної діяльності складу необхідними є самоорганізація праці, грамотно навчені кадри, застосування новітніх технологій, що дозволяють зменшити вплив людського фактора, поступово зводячи на мінімум витрати. Логістична система має бути гнучкою задля оптимального вирішення поставлених завдань, організації оперативного обліку, менеджменту, контролю та планування діяльності.

Науковий керівник – старший викладач Захаров В. А.

-
- Література:** 1. Гелета И. В., Калинская Е. С., Кофанов А. А. Экономика организации (предприятия) : учебное пособие. М. : Магистр, 2007. 304 с. 2. Виноградов А. С. Проблемы логистики. *Маркетолог*. 2015. № 3. С. 5–19. 3. Коломейцев Г. Опыт организации производственной логистики. *Логистика и система*. 2014. № 1. С. 23–27. 4. Стаханов В. Н., Тамбовцев С. Н. Промышленная логистика : монография. М. : Приор, 2000. 96 с.



МЕТОДИЧНИЙ ПІДХІД ДО ОЦІНКИ ФІНАНСОВОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА

УДК 658.14/.17

Яцина М. В.

Студент 4 курсу
фінансового факультету ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. Розглянуто особливості застосування індикаторного підходу до оцінки фінансової безпеки підприємства. Запропоновано індикатори, які доцільно використовувати при проведенні оцінки рівня фінансової безпеки підприємства. Визначено можливість застосування індикаторного підходу як основи для оцінки фінансової безпеки підприємства.

Ключові слова: підприємство, організація, фінанси, фінансовий стан, фінансова безпека, рівень фінансової безпеки, індикаторний підхід, індикатори фінансової безпеки.

Анотація. Рассмотрены особенности применения индикаторного подхода к оценке финансовой безопасности предприятия. Предложены индикаторы, которые целесообразно использовать при проведении оценки уровня финансовой безопасности предприятия. Определена возможность применения индикаторного подхода как основы для оценки финансовой безопасности предприятия.

Ключевые слова: предприятие, организация, финансы, финансовое состояние, финансовая безопасность, уровень финансовой безопасности, индикаторный подход, индикаторы финансовой безопасности.

Annotation. The peculiarities of the application of the indicator approach to the assessment of financial security of the enterprise are considered. Indicators are suggested that are appropriate to use when assessing the level of financial security of an enterprise. The possibility of using the indicator approach as a basis for assessing the financial security of an enterprise is determined.

Keywords: enterprise, organization, finances, financial condition, financial security, level of financial security, indicator approach, indicators of financial security.

За сучасних кризових економічних умов розвитку, для яких характерними є значні коливання впливу факторів внутрішнього та зовнішнього середовищ функціонування підприємств, зростання рівня загроз їх фінансовим інтересам з боку окремих суб'єктів господарювання, підвищення рівня фінансових ризиків, однією з актуальних проблем є гарантування фінансової безпеки підприємства. Достатній рівень фінансової безпеки передбачає досягнення задовільного фінансового стану, платоспроможності та ліквідності, створення можливості для стійкого розвитку. Тому важливо достовірно оцінити рівень фінансової безпеки задля ефективного управління та попередження можливості виникнення внутрішніх і зовнішніх загроз на підприємстві.

Дослідженням проблеми оцінки рівня фінансової безпеки підприємства займалися і займаються чимало вітчизняних і зарубіжних науковців, серед них Бланк І. А., Горячева К. С., Кракос Ю. Б., Кузенко Т. Б., Папехін Р. С., Портнова Г. О., Антоненко В. М. та ін.

За застосування індикаторного підходу рівень фінансової безпеки визначають за допомогою так званих індикаторів, які розглядають як порогові значення показників, що характеризують діяльність підприємства. За такого підходу найвищий рівень фінансової безпеки підприємства досягається, якщо вся сукупність індикаторів перебуває в межах порогових значень [2].

З огляду на це розглянемо методику оцінки рівня фінансової безпеки підприємства, запропоновану в роботі Кракос Ю. Б. та Разгон Р. О., за якою інтегральний показник фінансової безпеки підприємства можна визначати в балах як суму відповідних комплексних показників: оцінки ефективності управління, оцінки платоспроможності та фінансової стійкості, ділової активності. Детально систему фінансових показників (індикаторів) та їх граничних значень подано у табл. 1 [3]. Така методика не потребує великих витрат часу та спеціальних умінь, а також дає змогу швидко відстежувати негативні тенденції у діяльності підприємства.

Вагові коефіцієнти мають ураховувати специфіку діяльності галузі або самого підприємства, його стратегію та цілі, переглядатися відповідно до ситуації на фінансовому ринку. Коефіцієнти визначають експертним шляхом з урахуванням їх пріоритетності. За результатами проведеного дослідження значення цих коефіцієнтів на ТОВ «Код здоров'я» подано в табл. 1 [3].

Таблиця 1

Значення індикаторів за складовими фінансової безпеки ТОВ «Код здоров'я»

Складові фінансової безпеки підприємства, І _ј	Вихідні показники за складовими фінансової безпеки підприємства	2015	2016	2017	Вагові частки індикаторів, а _{іј}
1	2	3	4	5	6
Рентабельність діяльності, І _Р	Рентабельність активів	0,03	0,10	0,15	0,45
	Рентабельність власного капіталу	0,06	0,17	0,18	0,35
	Рентабельність продукції	0,98	1,14	1,08	0,2
Ділова активність, І _{ДА}	Коефіцієнт оборотності активів	1,55	1,84	2,11	0,5
	Фондовіддача	1,74	2,05	2,37	0,3
	Коефіцієнт оборотності власного капіталу	3,14	2,86	2,65	0,2
Ліквідність і платоспроможність, І _{ЛП}	Коефіцієнт покриття	1,09	0,27	0,79	0,5
	Коефіцієнт швидкої ліквідності	0,19	0,17	1,11	0,3
	Коефіцієнт абсолютної ліквідності	0,03	0,03	0,3	0,2

Закінчення табл. 1

1	2	3	4	5	6
Фінансова стійкість, ІФС	Коефіцієнт фінансування	1,07	2,97	5,5	0,5
	Коефіцієнт забезпечення власними оборотними засобами	-2,86	-2	-0,25	0,35
	Коефіцієнт фінансової стійкості	0,55	0,75	0,84	0,15

Сукупно всі показники є інтегральним показником і визначають рівень фінансової безпеки, що дає змогу дослідити різні аспекти діяльності підприємства. Для побудови моделі обрано 15 відносних показників, що характеризують різні аспекти діяльності промислового підприємства: платоспроможність, ліквідність, рентабельність, ділову активність і майновий стан. Виведення оцінок складових фінансової безпеки підприємства ІР, ІДА, ІЛП, ІФС через окремі індикатори здійснюють за формулою 1:

$$I_j = \sum x_{ij} \times a_{ij}, \quad (1)$$

де I_j – інтегральна оцінка j -ї складової фінансової безпеки підприємства;
 x_{ij} – i -й індикатор j -ї складової;
 a_{ij} – ваговий коефіцієнт i -го індикатора в оцінці j -ї складової [3].

Зважаючи на це, інтегральну оцінку фінансової безпеки підприємства можна розрахувати за формулою 2:

$$ІФБП = ІР \times bР + ІДА \times bДА + ІЛП \times bЛП + ІФС \times bФС + ІПП \times bПП, \quad (2)$$

де $ІФБП$ – інтегральна оцінка рівня фінансової безпеки підприємства;

$ІР, ІДА, ІЛП, ІФС, ІПП$ – інтегральні показники відповідно рентабельності діяльності, ділової активності, ліквідності та платоспроможності, фінансової стійкості;

$bР, bДА, bЛП, bФС, bПП$ – вагові коефіцієнти складових фінансової безпеки підприємства в її інтегральній оцінці [4].

Коефіцієнт, що відображає поточний рівень фінансової безпеки підприємства, подано в табл. 2 [4].

Таблиця 2

Значення коефіцієнта рівня фінансової безпеки ТОВ «Код здоров'я»

Показники за складовими фінансової безпеки підприємства	2015	2016	2017	2017 р. / 2016 р., %	2017 р. / 2015 р., %
ІФБП	2,36	3,42	6,21	55	38

За весь період дослідження ТОВ «Код здоров'я» мало відмінний рівень фінансової безпеки. Найбільших змін у поточному періоді зазнали коефіцієнт ділової активності та фінансової стійкості. Розрахований загальний показник відображає поточний рівень фінансової безпеки підприємства (табл. 3) [4].

Таблиця 3

Оцінка рівня фінансової безпеки промислового підприємства

Рівень фінансової безпеки	Значення ІФБП	Характеристика стану
Відмінний	$ІФБП \geq 1,5$	Рівень фінансової безпеки підприємства є високим
Задовільний	$1 \leq ІФБП < 1,5$	Рівень фінансової безпеки підприємства є достатнім
Незадовільний	$0,5 \leq ІФБП < 1$	Рівень фінансової безпеки підприємства є критичним, існує загроза втрати фінансової безпеки
Критичний	$ІФБП < 0,5$	Рівень фінансової безпеки підприємства є небезпечним

Таким чином, на ТОВ «Код здоров'я» впродовж 2015–2017 рр. простежується позитивна тенденція зміни рівня фінансової безпеки, рівень фінансової безпеки підприємства є відмінним. Підприємству слід дотримуватися обраного курсу на мінімізацію фінансових ризиків та зміцнення вже існуючої бази фінансової стійкості, що спри-



ятиме прискоренню темпів зростання показників, які характеризують рівень фінансової безпеки. Запропонована методика дає змогу комплексно оцінити рівень фінансової безпеки аналізованого підприємства.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Сабліна Н. В.

Література: 1. Ареф'єва О. В. Реструктуризація системи управління фінансовими ресурсами підприємства. *Актуальні проблеми економіки*. 2001. № 11. С. 17–26. 2. Портнова Г. О., Антоненко В. М. Фінансова безпека підприємств: сучасні погляди щодо сутності та оцінки. *Збірник наукових праць Національного університету державної податкової служби України*. 2012. № 1. С. 345–355. 3. Кракос Ю. Б., Разгон Р. О. Управління фінансовою безпекою підприємств. *Економіка та управління підприємствами машинобудівної галузі: проблеми теорії та практики*. 2008. № 1. С. 86–97. 4. Смірнов Ю. А., Панфілова Т. С. Оцінка фінансової безпеки підприємства на основі ідентифікації його фінансового стану. *Економіка промисловості*. 2013. № 1. С. 313–317. 5. Горячева К. С. Механізм управління фінансовою безпекою підприємства : автореф. дис. ... канд. екон. наук : 08.06.01. Київ : НАУ, 2006. 17 с.

