Молодіжний економічний вісник ХНЕУ ім. С. Кузнеця

№ 5

Електронний журнал

травень 2018

ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ СЕМЕНА КУЗНЕЦЯ

Молодіжний економічний вісник ХНЕУ ім. С. Кузнеця

№ 5

травень 2018

Електронний журнал

Виходить раз на місяць

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

Затверджено на засіданні вченої ради університету № 8 від 03.05.2018 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

Акбаєва А. О. Формування матриці фінансових стратегій для машинобудівного підприємства 8

Аксьонова К. С. Формування фінансової стратегії підприємства із застосуванням SWOT-аналізу 10

Амалієва Е. З. PEST-аналіз ломбардної діяльності в Україні 12

Антип О. П. Механізм управління капіталом підприємства 15

Бабенко В. О. Аналіз стратегічних альтернатив підприємства на підставі позиціонування в матриці фінансової рівноваги 18

Бадяєв О. В., Косенко К. В. Аналіз діяльності торговців цінними паперами в Україні 22

Балабан Т. П. Аналіз фінансового стану підприємства: сутність і необхідність 26

Барбіна Ю. В. Оцінка структури капіталу підприємства із застосуванням таксономічного аналізу 29

Бєлова Я. В. Маркетингова політика підприємства: сутність і складові 33

Березовська В. П. Стратегічний аналіз та оцінювання фінансового стану підприємств будівельної галузі України 36

Березовська Ю. П. SWOT-аналіз будівельного комплексу України 40

Бобро М. К. Світова валютно-фінансова система: сутність, елементи та етапи розвитку 43

Бойко О. М. PEST-аналіз харчової галузі України 45

Бондарева М. О. Інтелектуальний потенціал підприємства як фактор його сталого розвитку 48

Бондаренко М. О. Особливості системи управління якістю та бережливого виробництва 52

Брагіна В. О. Економічна сутність трудових ресурсів та аналіз їх використання 55

Варуха Д. О. Збутова політика підприємства: сутність і складові 58

Вежичаніна М. А., Соловйова Г. А. Організація аналізу господарської діяльності на підприємстві 60

Гаспарова А. Е. Державний фінансовий контроль як функція державного управління 63

Гаспарова А. Е. Прибуток і рентабельність підприємства: сутність, показники та шляхи підвищення 66

Гладиш Д. Г. Теоретичні засади організації маркетингової діяльності на підприємстві 69

Глазко Д. Р. Формування моделі фінансової рівноваги для підприємств будівельної галузі 72

Глущенко Ю. М., Сергієнко А. В. Аналіз діяльності банків на ринку фінансових послуг України 75

Гречка В. М., Суворова Ю. К. Регулювання фінансового ринку України 78

D. Gubar. The effectiveness of online advertising 82

Гурба О. І. Розробка стратегії антикризового управління фінансами підприємств машинобудування 84

Дагаєва О. О. Методичний підхід до визначення стратегічної позиції підприємства добувної галузі 87

Дінжос К. В. Управління якістю продукції на підприємстві 89

Дорохов Є. В. Проблеми функціонування фінансів Європейського Союзу та шляхи їх подолання 93

Дорохова О. В. Проблеми податкової системи України та заходи щодо їх вирішення на сучасному етапі розвитку економіки 95

Дудник О. М. Стратегічний аналіз зовнішнього середовища підприємства із застосуванням методу PEST-аналізу 98

Y. Durakova. Banking system and banking regulation in Ukraine 101

A. Yefremova. Methodical approach to the development of the anti-crisis strategy of the tobacco industry 104

Єфремова А. В. Роль аналізу фінансово-господарської діяльності в підвищенні ефективності фукціонування підприємства 106

A. Zhenzhera. Cloud computing 110

Задорожко Г. Р. Інформаційна база та джерела аналізу фінансового стану підприємств 112

Капуснік К. С. Аналіз конкурентоспроможності підприємства 114

Карасьова В. В. Особливості правопорушень у сфері оподаткування транспортних засобів 118

Кашуба Т. С. Аналіз зовнішнього та внутрішнього середовища як складова антикризової стратегії торговельного підприємства 120

Ковалевич О. О. Шляхи вдосконалення маркетингової діяльності підприємства 123

O. Kovalenko. Optimisation of district doctors' work based on mobile technologies 126

Коваль В. В. Оптимізація грошових потоків підриємства із застосуванням методу нормованого розмаху 128

Комар О. В. Напрями вдосконалення методології оцінки рівня відповідності національних стандартів протидії відмиванню коштів, фінансуванню тероризму та фінансуванню розповсюдження зброї масового знищення вимогам FATF 132

Копоть А. О. Особливості використання інструментів стратегічного менеджменту для комплексної оцінки фінансової діяльності підприємства 134

Корнєєва С. С. Державний аудит як складова державного фінансового контролю 137

Корнієнко Д. С. Проблеми фінансового аналізу в Україні 141

Кротенко П. А. Визначення стратегічної позиції підприємства керамічної галузі із застосуванням матриці Франшона–Романе 143

Кулик А. С. Напрями вдосконалення акцизного оподаткування з огляду на положення Угоди про асоціацію між Україною та Європейським Союзом 147

Левіцька О. В. Особливості обігу криптовалют в Україні 150

Ліпницька М. В. Прибуток і рентабельність підприємства: сутність, показники та шляхи підвищення 153

A. Lobusova. Search engine optimization 155

Максимовська А. О. Методичні підходи до оцінки фінансового стану підприємства 158

Малышева Д. В. Коммуникации в маркетинге 160

Мальченко І. О. Методи оцінки конкурентоспроможності підприємства 163

Маніна А. С. Податкові переваги проміжної холдингової компанії як інструменту податкового планування 165

Маринюк А. О. Стратегічний аналіз внутрішнього середовища підприємства машинобудівної галузі із застосуванням SWOT-аналізу 168

Маточкіна В. О. Теоретичні основи визначення сутності поняття «ревізія» 172

Маточкіна В. О. Методи та моделі дослідження ймовірності банкрутства підприємства 174

Мельников О. А. Оцінка впливу факторів зовнішнього та внутрішнього середовища на діяльність підприємства із застосуванням SWOT-аналізу 177

Михайлова Л. В., Ксенофонтова Ю. Ю. Аналіз факторів впливу на прибуток банків з іноземним капіталом 181

Михайлова Л. В., Ксенофонтова Ю. Ю. Порівняння ринку цінних паперів України та Німеччини як складових фондового ринку 184

Михайлова О. Д. Визначення ймовірності банкрутства підприємства за фінансовими результатами 187

Михайлова О. Д. Формування фінансових результатів як елемент процесу управління підприємством 190

D. Mordovina. Cashless payments: the current state and development prospects 193

Мороз Т. Ю. Реалізація методологічного підходу до позиціонування будівельного підприємства за результатами фінансової та господарської діяльності 195

Муравльов Д. О. Факторний аналіз як інструмент сегментації клієнтської бази підприємства ТОВ «ТПК «Омега-автопоставка» 199

Ніколаєнко В. Т. Аналіз сучасного стану банківського кредитування в Україні 203

Овсянкін О. І. Критерії оцінки ефективності служби маркетингу 206

Опаріна О. В., Завдов'єв М. Д. Сучасний стан і перспективи діяльності інститутів спільного інвестування в Україні.....208

Орленко Т. І. Удосконалення маркетингової діяльності веб-студії.....212

Осадча В. В. Зовнішні та внутрішні проблеми економічного аналізу діяльності підприємства 214

Павленко М. В. Стратегічне позиціонування підприємства будівельної галузі.....217

Панковець Е. Ю. Позиціонування агропромислового підприємства із застосуванням матриці Франшона–Романе як складова його антикризової стратегії.....220

T. Parfenova. Internet addiction and its impact on young people 223

Пастушко А. І. Оцінка впливу факторів зовнішнього та внутрішнього середовища на діяльність підприємства із застосуванням SWOT-аналізу 226

Перевезій Є. Ю. Матриця фінансових стратегій ПАТ «Сан Інбев Україна» 228

Передерій А. І. Визначення сутності конкурентоспроможності автотранспортного страхування в страховій компанії 232

Петренко Ю. О. Сучасний стан і проблеми функціонування кредитних спілок в Україні 235

Плахотник М. В. Теоретичні засади гарантування фінансової безпеки банку.....238

A. Podolskaya. Economic security in the era of globalization.....241

Поздняк Д. А. Комплексна оцінка фінансової діяльності підприємства із застосуванням інструментів стратегічного менеджменту.....243

Прогожук Є. А. Аналіз використання фондів заробітної плати 247

Прошутя О. А. Стратегічний аналіз у системі управління кредитним ризиком банку.....249

Рябченко І. А. Визначення напрямів змін у діяльності підприємства із застосуванням інструментів стратегічного аналізу.....251

Савісько Т. Е. Значення розрахунку прибутку та рентабельності у процесі аналізу діяльності підприємства 255

Саковець Л. В., Старікова В. А. Проблеми та перспективи розвитку страхового ринку України.....257

Самарцева О. С. Оцінка стратегічних альтернатив підприємства із застосуванням матриці Франшона–Романе.....259

Сидоренко А. А. Визначення стадії фінансового розвитку підприємства торговельної галузі 263

Сінянський В. І. Вплив нових форм фінансової звітності на оцінку фінансового стану підприємства 267

Скороход К. В. Трудові ресурси України: стан і перспективи розвитку.....270

V. Sorokoletova. What is SEO and how it impacts on business.....272

Старіков А. В. Фактори впливу на фіскальний потенціал регіону 275

Супрун А. О. Аналіз стану бюджетної політики України 278

Тертична О. І., Шкрябіль Л. В. Аналіз діяльності ломбардів в Україні 280

Тимошик С. С. Матриця Франшона–Романе як інструмент стратегії фінансової безпеки підприємства.....282

Харланова А. Є. Позиціонування ПАТ «Український науково-дослідний інститут вогнетривів ім. А. С. Бережного» в матриці фінансових стратегій Франшона–Романе 285

Харківська К. О., Ткаченко В. О. Стан і перспективи розвитку страхування життя в Україні 289

C. Kholodnaya. Advantages and disadvantages of development of Ukrainian banking system.....292

Хоменко В. А. Визначення складових системи управління фінансовими ресурсами підприємства 294

Хоменко В. А. Визначення сутності фінансових ресурсів підприємства 297

Чепченко Я. С. Визначення впливу факторів на вартість житла на вторинному ринку житлової нерухомості 300

Чернічкіна А. В. Розробка фінансової стратегії торговельного підприємства та заходів щодо контролю за її реалізацією 305

Шуміліна М. Д. Аналіз сучасного стану машинобудівної галузі України.....309

Шуміліна М. Д. Визначення стратегічного позиціонування підприємства у матриці фінансових стратегій Франшона–Романе.....312

Щебуняєв М. П. Матриця фінансових стратегій ПАТ «Укрsuperзапчастина» 315

ФОРМУВАННЯ МАТРИЦІ ФІНАНСОВИХ СТРАТЕГІЙ ДЛЯ МАШИНОБУДІВНОГО ПІДПРИЄМСТВА

УДК 336.85:375.6

Акбаєва А. О.

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

Анотація. *Із застосуванням матриці Франшона–Романе на підставі показника фінансово-господарської діяльності визначено стратегічні фінансові цілі подальшого розвитку суб'єкта господарювання. Із урахуванням обчислених результату господарської діяльності, результату фінансової діяльності та результату фінансово-господарської діяльності визначено позицію підприємства у матриці фінансових стратегій.*

Ключові слова: *підприємство, організація, виробництво, суб'єкт господарювання, фінанси, фінансова діяльність, фінансові цілі, фінансова стратегія, господарська діяльність, фінансово-господарська діяльність, результат господарської діяльності, результат фінансової діяльності, результат фінансово-господарської діяльності, стратегія, матриця, матриця фінансових стратегій Франшона–Романе.*

Аннотация. *С применением матрицы Франшона–Романе на основании показателя финансово-хозяйственной деятельности определены стратегические финансовые цели дальнейшего развития предприятия. С учетом вычисленных результата хозяйственной деятельности, результата финансовой деятельности и результата финансово-хозяйственной деятельности определена позиция предприятия в матрице финансовых стратегий.*

Ключевые слова: *предприятие, организация, производство, субъект хозяйствования, финансы, финансовая деятельность, финансовые цели, финансовая стратегия, хозяйственная деятельность, финансово-хозяйственная деятельность, результат хозяйственной деятельности, результат финансовой деятельности, результат финансово-хозяйственной деятельности, стратегия, матрица, матрица финансовых стратегий Франшона–Романе.*

Annotation. *Using the Franchona–Romane matrix, strategic financial goals for the further development of the enterprise were determined on the basis of the financial and business performance indicator. Taking into account the calculated result of economic activity, the result of financial activity and the result of financial and economic activity, the position of the company in the matrix of financial strategies is determined.*

Keywords: *enterprise, organization, production, business entity, finance, financial activity, financial goals, financial strategy, economic activity, financial and economic activity, result of economic activity, result of financial activity, result of financial and economic activity, strategy, matrix, matrix Franchona–Romane financial strategies.*

За умов ринкової економіки та самостійності підприємств виникає необхідність визначення тенденцій розвитку фінансового стану та перспективних фінансових можливостей. На вирішення таких питань і спрямовано фінансову стратегію підприємства.

Розробка фінансової стратегії є галуззю фінансового планування. У свою чергу, фінансова стратегія суттєво впливає на загальну економічну стратегію підприємства. Зміною ситуації на макрорівні й на фінансовому ринку зумовлено коригування як фінансової, так і загальної стратегії розвитку підприємства. Проблема вибору фінансової стратегії діяльності підприємства є актуальною у зв'язку із необхідністю прийняття рішень за ринкових умов господарювання.

Метою написання статті є обґрунтування необхідності й аналіз стратегічної діяльності підприємства за умов невизначеності зовнішнього середовища.

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 Франшона Ж. та Романе І. [1].

Значення результату господарської діяльності, результату фінансової діяльності та результату фінансово-господарської діяльності можуть перевищувати, бути меншими або приблизно дорівнювати нулю. Відповідно до отриманих значень розрахованих показників складають матрицю фінансових стратегій, що дає змогу визначити як поточну стратегічну позицію підприємства, так і можливий його подальший напрям розвитку [1; 3].

© Акбаєва А. О., 2018

Результат господарської діяльності (РГД) є сумою коштів, яка залишається у розпорядженні підприємства після фінансування виробничого розвитку. Результат господарської діяльності розраховують за формулою:

$$РГД = БРЕІ – ΔФЕП – ΔОФ + ІД, \quad (1)$$

де *БРЕІ*– брутто-результат від експлуатації інвестицій;

ΔФЕП – зміна фінансово-експлуатаційних потреб;

ΔОФ – зміна первісної вартості основних фондів за звітний період;

ІД – інші доходи [1].

Показник результату фінансової діяльності (РФД) відображає фінансову політику підприємства: у разі залучення позикових коштів результат фінансової діяльності може мати додатні значення, без залучення позикових коштів – від'ємне.

Результат фінансової діяльності розраховують за формулою:

$$РФД = ΔПК – Вф – ПП – Д + Дук – Вук – ФІд + Дф, \quad (2)$$

де *ΔПК* – 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 [1].

Результат фінансово-господарської діяльності (РФГД) обчислюють як суму результатів господарської та фінансової діяльності підприємства. РФГД дає змогу оцінити обсяг вільних грошових коштів підприємства після фінансування ним усіх витрат та виробничого розвитку [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 коштів. Результат фінансово-господарської діяльності розраховують за формулою:

$$РФГД = РГД + РФД, \quad (3)$$

де *РГД* – результат господарської діяльності;

РФД – результат фінансової діяльності [3].

На підставі розрахованих показників складають матрицю Франшона–Романе. Аналіз результату господарської діяльності, результату фінансової діяльності та сумарного результату фінансово-господарської діяльності потрібен для виявлення величини та динаміки грошових коштів підприємства у результаті його господарсько-інвестиційної та фінансової діяльності, для оцінки його здатності відповідати за зобов'язаннями, виплачувати дивіденди, здійснювати інвестиції в основні засоби, покривати поточні фінансово-експлуатаційні потреби, тобто мати додатні грошові потоки, оскільки жодна фірма не в змозі довго утримуватися на від'ємному значенні результату фінансово-господарської діяльності [5].

Матриця фінансових стратегій Франшона–Романе дає змогу спрогнозувати критичний шлях підприємства на найближчі роки, намітити допустимі межі ризику та виявити поріг можливостей підприємства [5].

На підставі розрахованих значень ключових показників здійснимо позиціонування ДП «Електроважмаш» у матриці фінансових стратегій; результати розрахунків подано в табл. 1 [5].

Таблиця 1

Параметри матриці фінансових стратегій Франшона–Романе на прикладі ДП «Електроважмаш», 2014–2016 рр.

Показники	2014	2015	2016
РГД	608741,16	2034139,66	1100061,16
РФД	273843	283828	261014
РФГД	334898,16	1750311,66	839047,16

Позиціонування досліджуваного підприємства подано в табл. 2 [1; 5].

Таблиця 2

Позиціонування ДП «Електроважмаш» у матриці фінансових стратегій Франшона–Романе, 2014–2016 рр.

Показники	РФД < 0	РФД → 0	РФД > 0
РГД > 0	1	4 2014 2015 2016	\6
РГД → 0	7	2	5
РГД < 0	9	8	3

У 2014–2016 рр. ДП «Електроважмаш» розміщувалося в квадранті 4 матриці Франшона–Романе. Йому відповідає тип фінансової стратегії «Рантьє», тобто підприємство перебуває в зоні успіху, оскільки розмір його господарсько-фінансової діяльності є позитивним. Такого результату досягнуто завдяки значному обсягу доданої вартості й інших доходів, незначному обсягу фінансових витрат, а також зменшенню позикового капіталу. Це забезпечило результат фінансової діяльності, що наближається до нуля. Для фінансової стратегії «Рантьє» характерною є наявність достатньої кількості ресурсів для реалізації інвестиційних проектів та розвитку виробництва; можливим є перехід до квадрантів 1; 2 і 7.

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

Література: 1. Дорофеев М. Л. Особенности применения матрицы финансовых стратегий Франшона и Романе в стратегическом финансовом анализе компании. *Финансы и кредит.* 2009. № 23. С. 23–27. **2.** Ансофф И. Стратегическое управление. М. : Экономика, 1989. 304 с. **3.** Кривицька О. Р. Планування прибутку підприємства при визначенні стратегії його розвитку. *Фінанси України.* 2005. № 3. С. 138–146. **4.** Ігнатьєва І. А. Стратегічний менеджмент : підручник. Київ : Каравела, 2008. 480 с. **5.** Практикум з навчальної дисципліни «Стратегічне управління» для студентів спеціальності «Фінанси і кредит» усіх форм навчання / уклад. І. В. Журавльова, О. О. Порожняк. Харків : ХНЕУ, 2014. 90 с.

ФОРМУВАННЯ ФІНАНСОВОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА ІЗ ЗАСТОСУВАННЯМ SWOT-АНАЛІЗУ

УДК 658.15.005.21.624

Аксьонова К. С.

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

Анотація. *Обґрунтовано актуальність дослідження інструментарію стратегічного аналізу. Розглянуто методологічні основи стратегічного аналізу, що є необхідним для ефективного управління підприємством. На підставі проведеного SWOT-аналізу виявлено слабкі та сильні сторони підприємства, його можливості та загрози розвитку.*

© Аксьонова К. С., 2018

Ключові слова: *підприємство, організація, виробництво, суб'єкт господарювання, фінанси, стратегія, фінансова стратегія, стратегічне управління, стратегічний аналіз, SWOT-аналіз.*

Аннотация. *Обоснована актуальность исследования инструментария стратегического анализа. Рассмотрены методологические основы стратегического анализа, необходимого для эффективного управления предприятием. На основании проведенного SWOT-анализа выявлены слабые и сильные стороны предприятия, его возможности и угрозы развитию.*

Ключевые слова: *предприятие, организация, производство, субъект хозяйствования, финансы, стратегия, финансовая стратегия, стратегическое управление, стратегический анализ, SWOT-анализ.*

Annotation. *The actuality of the research of the toolkit of strategic analysis is substantiated. The methodological foundations of the strategic analysis necessary for the effective management of the enterprise are considered. Based on the SWOT analysis, the weaknesses and strengths of the company, its opportunities and threats to development were identified.*

Keywords: *enterprise, organization, production, business entity, finance, strategy, financial strategy, strategic management, strategic analysis, SWOT analysis.*

Перспективне фінансове планування визначає найважливіші показники, пропозиції та темпи розширеного відтворення, є основною формою реалізації головних цілей підприємства [1].

Фінансова стратегія являє собою визначення довгострокової мети фінансової діяльності підприємства, вибір найефективніших способів і шляхів їх досягнення [2].

Дослідженням методологічного інструментарію стратегічного менеджменту займалися і займаються чимало зарубіжних науковців, серед них Ендрюс К., Крістенсен К., Вейхрич Х., Ансофф І., Стейнер Г., Гендерсон Б. Серед вітчизняних науковців слід назвати Гордієнко П., Мартиненко М., Балабанову Л., Ігнатьєву І.

Метою написання статті є дослідження особливостей застосування та практичне проведення одного з методів стратегічного аналізу внутрішнього середовища – SWOT-аналізу [4].

SWOT-аналіз є основним інструментом стратегічного планування управління, або матрицею якісного стратегічного аналізу. У загальному вигляді процедура проведення SWOT-аналізу зводиться до заповнення матриці, у якій відображаються і потім співставляються сильні і слабкі сторони процесу, а також можливості й загрози з боку зовнішнього середовища [4].

SWOT-аналіз проводять у чотири етапи. Перший етап – збір інформації щодо зовнішнього середовища і виділення факторів, які відкривають можливості розвитку, а також таких, що є загрозою. На другому етапі проводять аналіз внутрішнього середовища підприємства, що допомагає виявити сильні та слабкі сторони діяльності підприємства.

Третій етап передбачає визначення зв'язків між отриманими квадрантами матриці SWOT-аналізу. На четвертому етапі слід визначити напрямки розвитку підприємства із використанням виявлених ринкових можливостей, щоб тим самим зменшити негативний вплив зовнішніх загроз.

За характером діяльності ДНВП «Об'єднання Комунар» належить до космічної галузі. Основними підприємствами цієї галузі в Україні є ДП «Конструкторське бюро «Південне» ім. М. К. Янгеля», ДП «Виробниче об'єднання «Південний машинобудівний завод ім. О. М. Макарова», ПАО «Хартрон», ДНВП «Об'єднання« Комунар». Однак, ці підприємства не є конкурентами ДНВП «Об'єднання« Комунар», оскільки спеціалізуються на випуску неаналогічної щодо підприємства продукції [5].

Незначна кількість конкурентів на внутрішньому ринку належить до можливостей підприємства, що спеціалізується на випуску систем управління ракет-носіїв і космічних об'єктів, а на території Украйни відсутні підприємства-аналоги. Можливостями підприємства є також розширення асортименту продукції для задоволення потреб споживачів, наявність необхідних для виробництва ресурсів, можливість залучення висококваліфікованого персоналу (порівняно висока кількість висококваліфікованого економічно активного населення на території України), удосконалення технології виробництва (використання технологічних досягнень у виробництві продукції) [5].

Факторами, що можуть загрожувати розвитку підприємства, є недофінансування галузі через нестабільний економічний стан держави; валютні ризики: продукція ДНВП «Об'єднання Комунар» експортується за кордон, а курс гривні є досить нестабільним; митні бар'єри (втрата споживачів через нестабільний політичний стан); відсутність інвестиційних програм і приватних ініціатив у межах галузі; наявність конкурентів на зовнішньому ринку, стан яких є досить стійким [5].

На другому етапі SWOT-аналізу потрібно виявити слабкі та сильні сторони внутрішнього середовища ДНВП «Об'єднання Комунар». Сильними сторонами підприємства є якісна науково-технічна база, висока якість випуще-

них товарів, наявність висококваліфікованих кадрів, високий імідж підприємства, наявність власних виробничих потужностей і значної кількості філій. Слабкими сторонами ДНВП «Об'єднання Комунар» є відсутність молодих фахівців; форма власності: державна форма власності може негативно впливати на діяльність підприємства, спричиняти зниження продуктивності праці; контроль менеджменту підприємства; ризики зниження ефективності діяльності та швидкість прийняття управлінських рішень; слабкий маркетинг: неефективне застосування маркетингових технологій до управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємства може спричиняти зниження ефективності фінансових показників; низька мотивація співробітників і низька продуктивність праці; застаріння основних засобів і технологій [4].

Таким чином, завдяки проведеному SWOT-аналізу можна визначити сильні та слабкі сторони підприємства, можливості й загроз його подальшому розвитку. Отримані дані можна використовувати для визначення довготривалих фінансових цілей підприємства. За умов фінансової кризи на підприємстві важливо приймати зважені управлінські рішення та запроваджувати ефективні фінансові заходи.

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

Література: 1. Бланк І. О., Ситник Г. В., Корольова-Казанська О. В., Ганечко І. Г. Фінансова стратегія підприємства : монографія / за заг. наук. ред. І. О. Бланка. Київ : КНТЕУ, 2009. 148 с. **2.** Современный экономический словарь / Б. А. Райзберг, Л. Ш. Лозовский, Е. Б. Стародубцева. М. : Инфра-М, 2011. 512 с. **3.** Юхименко П. І., Федосов В. М., Лазебник Л. Л. Теорія фінансів : підручник / за заг. ред. В. М. Федосова, С. І. Юрія. Київ : Центр навч. літ., 2010. 576 с. **4.** Пивоваров М. Г., Шаповалов А. М. SWOT-аналіз виробничо-господарської діяльності малих підприємств. *Вісник економічної науки України.* 2010. № 2. С. 109–113. **5.** Балабанова Л. В. SWOT-аналіз – основа формування маркетингових стратегій : навч. посіб. Київ : Знання, 2005. 302 с.

PEST-АНАЛІЗ ЛОМБАРДНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ

УДК 658.2:339.13

Амалієва Е. З.

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

Анотація. *Обґрунтовано, що на стійке функціонування та розвиток ломбардної діяльності впливають зовнішні фактори. Розглянуто особливості застосування PEST-аналізу як одного з методичних підходів до оцінки впливу зовнішнього середовища на ломбардну діяльність. Проаналізовано кожну із груп зовнішніх факторів, а також показники, що їх характеризують.*

Ключові слова: *підприємство, організація, виробництво, суб'єкт господарювання, фінанси, ломбард, ломбардна діяльність, зовнішнє середовище, зовнішні фактори, стратегічний аналіз, PEST-аналіз.*

Аннотация. *Обосновано, что на устойчивое функционирование и развитие ломбардной деятельности влияют внешние факторы. Рассмотрены особенности применения PEST-анализа как одного из методических подходов к оценке влияния внешней среды на ломбардную деятельность. Проанализирована каждая из групп внешних факторов, а также показатели, их характеризующие.*

Ключевые слова: *предприятие, организация, производство, субъект хозяйствования, финансы, ломбард, ломбардная деятельность, внешняя среда, внешние факторы, стратегический анализ, PEST-анализ.*

© Амалієва Е. З., 2018

Annotation. *It has been substantiated that external factors influence the sustainable functioning and development of Lombard activities. The features of the use of PEST-analysis as one of the methodological approaches to assessing the influence of the environment on the Lombard activity are considered. Analyzed each of the groups of external factors, as well as indicators that characterize them.*

Keywords: *enterprise, organization, production, business entity, finance, pawnshop, pawnshop activity, external environment, external factors, strategic analysis, PEST analysis.*

Будь-яка організація функціонує за умов впливу факторів зовнішнього та внутрішнього середовищ. Цим зумовлено успішність функціонування компанії або, навпаки, окремі обмеження щодо операційних дій. У певному розумінні будь-яка дія компанії можлива лише якщо середовище допускає її здійснення. На певному етапі свого функціонування, коли на нього негативно впливають зовнішні фактори, підприємство може зіткнутися із кризовою ситуацією, спроможною зруйнувати його або призвести до інших незворотних наслідків. Для уникнення негативних наслідків важливим є аналіз впливу кожного фактора зовнішнього середовища [5].

Зовнішнє середовище є джерелом, що забезпечує організацію ресурсами, необхідними для підтримки її внутрішнього потенціалу на належному рівні. Організація перебуває в стані постійного обміну із зовнішнім середовищем, забезпечуючи тим самим собі можливість виживання. Однак, ресурси зовнішнього середовища не безмежні, до того ж на них претендують чимало інших організацій, що функціонують у цьому середовищі. Тому завжди існує ймовірність того, що організація не зможе одержати потрібні ресурси із зовнішнього середовища. Це може послабити її потенціал і спричинити негативні для організації наслідки. Завданням стратегічного управління є забезпечення такої взаємодії організації із зовнішнім середовищем, що дозволяла б їй підтримувати власний потенціал на рівні, необхідному для досягнення цілей, і тим самим давала б їй можливість виживати у довгостроковій перспективі.

Дослідженням складових зовнішнього середовища діяльності підприємств займалися і займаються зарубіжні та вітчизняні науковці, серед них Блайт Д., Сухов В., Гаркавенко С., Маслова Т. та ін.

У світовій економічній науці аналіз основних факторів зовнішнього макросередовища називають PEST-аналізом. PEST-аналіз як процес виявлення, групування й оцінки впливу політичних (П), економічних (Е), соціальних (S) і технологічних факторів є оптимальним інструментом для оцінки зовнішнього середовища [5]. Як аналітичний інструмент PEST-аналіз містить можливість сформувати об'єктивне уявлення про реальний стан галузі на певний час і оцінити перспективи її розвитку, а також напрямки для поліпшення з огляду на зовнішнє оточення і вплив найважливіших факторів.

Проведемо PEST-аналіз для сучасних ломбардів. Для аналізу сформовано складові за окремими групами факторів, що, на думку автора й експертів у галузі, є найбільш значущими (табл. 1–4) [3]. Експертним шляхом для кожного фактора встановлюємо вагу та бал; під час проведення аналізу опитано п'ять експертів [3].

Таблиця 1

PEST-аналіз групи факторів «Політика»

Політика	1	2	3	4	5	Середня оцінка	Вага	Оцінка з поправкою на вагу
Податкова політика	5	4	4	5	3	4,2	0,5	2,1
Державне регулювання конкуренції	4	4	3	4	3	3,6	0,3	1,08
Стабільна влада	4	3	4	3	4	3,6	0,2	0,72
Разом						11,4	1	3,9

Таблиця 2

PEST-аналіз групи факторів «Економіка»

Економіка	1	2	3	4	5	Середня оцінка	Вага	Оцінка з поправкою на вагу
Рівень інфляції	3	5	4	3	4	3,8	0,3	1,14
Економічне зростання	2	3	3	3	3	2,8	0,1	0,28
Кредитно-грошова політика	5	4	5	5	4	4,6	0,6	2,76
Разом						11,2	1	4,18

Аналіз зовнішнього середовища необхідно здійснювати за планом.

1. Формування чотирьох груп факторів впливу зовнішнього середовища; найчастіше до цих груп належать фактори:

– політичні – впливають на політичні погляди, розподіляють людей на окремі політичні групи, знаходять вираження у діяльності та прийнятті рішень місцевими органами влади й урядом;

– економічні – пов'язані з обігом грошей, товарів, інформації та енергії;

– соціально-демографічні – впливають на рівень і тривалість життя людей, а також формують їх ціннісну орієнтацію;

– техніко-технологічні фактори – пов'язані із розвитком техніки, обладнання, інструментів, процесів обробки та виготовлення продуктів, матеріалів і технологій, а також «ноу-хау».

Таблиця 3

PEST-аналіз групи факторів «Соціум»

Соціум	1	2	3	4	5	Середня оцінка	Вага	Оцінка з поправкою на вагу
Відношення до трудової діяльності	2	3	2	2	3	2,4	0,1	0,24
Зміни у верствах населення	5	5	4	5	5	4,8	0,5	2,4
Культура формування заощаджень	3	4	3	4	4	3,6	0,4	1,44
Разом						10,8	1	4,08

Таблиця 4

PEST-аналіз групи факторів «Технологія»

Технологія	1	2	3	4	5	Середня оцінка	Вага	Оцінка з поправкою на вагу
Ступінь розвитку інновацій	2	4	3	2	4	3	0,3	0,9
Рівень використання технологічних процесів	4	3	4	3	3	3,4	0,3	1,02
Витрати на проведення розробок	3	4	2	2	4	3	0,4	1,2
Разом						9,4	1	3,12

2. Експертним шляхом для кожного фактора встановлюють вагу та бал. Вага фактора відображає його значущість у групі (за умови, що вплив усіх факторів однієї групи становить «1»). Бал фактора встановлюють за шкалою від 1 до 5. Він відображає ступінь урахування цього фактора у діяльності суб'єкта господарювання (1 – фактор не враховується, 5 – вплив фактора максимально враховується під час розробки стратегії суб'єкта господарювання).

3. Оцінювання кожного фактора PEST-аналізу (як добутку ваги та бала), а також сумарної оцінки для кожної із чотирьох груп (суми оцінок факторів у групі).

4. Визначення факторів зовнішнього середовища, що мають найбільший і найменший вплив на діяльність суб'єкта господарювання, формулювання висновків [4].

За результатами проведеного PEST-аналізу можна стверджувати, що серед політичних факторів макросередовища суттєвий вплив на організацію має податкова політика держави. Зменшення податкового навантаження матиме позитивний вплив на фінансові показники та фінансову безпеку установи.

На економічному рівні суттєвими факторами впливу є рівень інфляції в країні та грошово-кредитна політика, упроваджувана Національним банком України. Оскільки установа у своїй діяльності використовує переважно кошти, залучені від банків і фізичних осіб, то щонайменші зміни облікових ставок спричинятимуть або позитивні, або негативні наслідки (коливання відсоткових ставок за кредитами).

У соціальному аспекті на діяльність установи впливають зміни у різних верствах населення та культура формування заощаджень. Впливом цих факторів зумовлено зменшення кількості тих, хто користується послугами ломбарду; отже, у цьому випадку прибуток зростатиме [5].

Таким чином, в епоху технологічного процесу саме зміна в технології може кардинально змінити сталий стан ринку. У ході аналізу технологічних факторів виявлено, що суттєвий вплив на подальший розвиток та успішну діяльність ломбарду має використання технологічних процесів і витрати на проведення розробок. Так, якщо установа намагатиметься впроваджувати нові комунікаційні та інформаційні технології, а також розроблятиме програмне забезпечення, спрямоване на прискорення видачі кредитів, це надасть їй змогу посісти позиції лідера на ринку ломбардних послуг.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Сабліна Н. В.

Література: 1. Блайт Д. Основы маркетинга : підручник. Київ : Знання-Прес, 2003. 494 с. **2.** Сухов В. Д., Сухов С. В., Москвичев Ю. А. Основы менеджмента : учебное пособие. М. : Академия, 2006. 192 с. **3.** Гаркавенко С. С. Маркетинг : підручник. Київ : Лібра, 2002. 712 с. **4.** Маслова Т. Д., Божук С. Г., Ковалик Л. Н. Маркетинг : учебник. СПб. : Питер, 2003. 400 с. **5.** Резник Г. А., Коробкова Н. А. Социально-экономический потенциал региона: сущность и методологические подходы к исследованию. *Экономика и предпринимательство.* 2013. № 7. С. 153–156.

МЕХАНІЗМ УПРАВЛІННЯ КАПІТАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА

УДК 658.15

Антип О. П.

Магістрант 2 року навчання
фінансового факультету ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Досліджено сутність і роль капіталу в економічному розвитку промислових підприємств. Визначено основні засади управління капіталом промислових підприємств за сучасних умов господарювання.*

Ключові слова: *підприємство, організація, фінанси, капітал, структура капіталу, управління капіталом підприємства.*

Аннотация. *Исследованы сущность и роль капитала в экономическом развитии промышленных предприятий. Определены основные принципы управления капиталом промышленных предприятий в современных условиях хозяйствования.*

Ключевые слова: *предприятие, организация, финансы, капитал, структура капитала, управление капиталом предприятия.*

Annotation. *The essence and role of capital in the economic development of industrial enterprises are investigated. The basic principles of capital management of industrial enterprises in modern economic conditions.*

Keywords: *enterprise, organization, finance, capital, capital structure, enterprise capital management.*

Економічною реформою, що створила в країні умови перехідної економіки, спричинено докорінну зміну методів управління діяльністю підприємств, що склалися, і ролі держави у регулюванні макроекономіки. Реформа сформувала нові економічні та правові відносини між державою і підприємствами, між підприємствами, а також усередині самих підприємств.

У сфері державного регулювання основне місце посідають макроекономічні перетворення. Загальна їх тенденція полягає у децентралізації управління та зміщенні основних важелів регулювання на мікрорівень, посиленні економічної самостійності підприємств насамперед на базі розвитку відносин власності. Умовою стабільного ефективного функціонування стала така форма поведінки підприємства, за якої максимально проявляється приватна ініціатива і турбота кожного про самого себе.

Основною проблемою реформування економіки України є те, що розробники програми реформ не до кінця врахували особливості формування підприємств нового типу, які характерні для перехідного періоду. Поведінка таких підприємств, орієнтованих на виживання, істотно відрізняється від діяльності компаній за умов розвиненого ринку.

© Антип О. П., 2018

Протягом останніх десяти років функціонування вітчизняних підприємств відбувається за постійно змінюваних економічних умов. До того ж ситуація на підприємствах стала ще більш невизначеною внаслідок приватизації, окільки перед колишніми керівниками виникла небезпека усунення від управління підприємствами [2].

Відставання підприємств у підготовці до переходу на ринкові відносини багато в чому спричинене затримкою розробки і прийняття відповідних державних законодавчих актів і нормативних документів, їх неповнотою, а у деяких питаннях і непослідовністю. Тому багато підприємств опинилися без розробки адаптаційних моделей поведінки на ринку, своєчасно не здійснили системні перетворення в управлінні та не вибудували цілісної системи управління, адекватної ринковому середовищу [5].

Суспільство формує зовнішнє щодо до підприємства середовище, що поєднує податкову, соціально-культурну, фінансово-кредитну, державно-правову, інвестиційну, інформаційну та ресурсну складові. Система управління капіталом реалізує свою головну мету й основні завдання шляхом здійснення певних функцій, які можна розподілити на дві основні групи (рис. 1) [5].

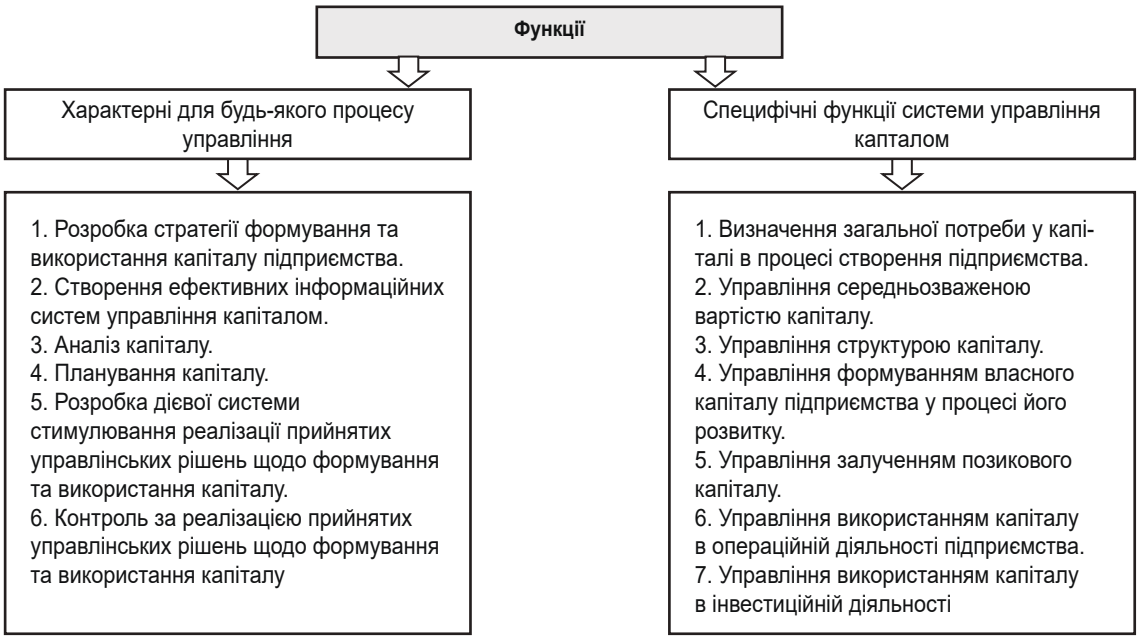


Рис. 1. **Функції системи управління капіталом підприємства**

Головним суб'єктом системи управління фінансовим капіталом підприємства є менеджмент компанії різних рівнів управління. Топ-менеджмент компанії (керуюча система) є головним генератором ідей та рішень у сфері формування капіталу. Менеджери нижчих ланок управління безпосередньо задіяні також у виконанні (реалізації) управлінських рішень вищого керівництва [2].

Об'єктом управління у системі мобілізації та використання капіталу (керованої системи) є процес залучення фінансових ресурсів із внутрішніх і зовнішніх щодо суб'єкта господарювання джерел, мобілізація капіталу на фінансових ринках; управління його структурою, середньозваженою вартістю та сукупністю фінансових ризиків, пов'язаних із акумуляцією фінансових ресурсів, ефективне його використання у процесі фінансово-економічної діяльності підприємства [2].

Метою управління капіталом підприємства є забезпечення максимізації добробуту власників підприємства в поточному та перспективному періодах. Ця мета одержує конкретне вираження у забезпеченні максимізації ринкової вартості.

Налагоджений механізм управління капіталом передбачає:

– чітке визначення цілей і завдань управління капіталом, а також контроль за їх дотриманням у плановому періоді;

– удосконалення методики аналізу ефективності використання усіх видів капіталу;

– розробку напрямів оптимізації процесу управління капіталом, а також їх аналізу й упровадження;

– розробку методики оперативного управління високоліквідними обіговими активами;

– формування загальної стратегії управління капіталом;

– використання у процесі управління економічних методів і моделей, зокрема під час аналізу та планування;

– орієнтацію на використання внутрішніх важелів впливу на процес управління капіталом [6].

Процес управління капіталом підприємства базується на певному механізмі, що є сукупністю основних елементів впливу на процес розробки та реалізації управлінських рішень щодо формування та використання капіталу підприємства (рис. 2) [3–6].

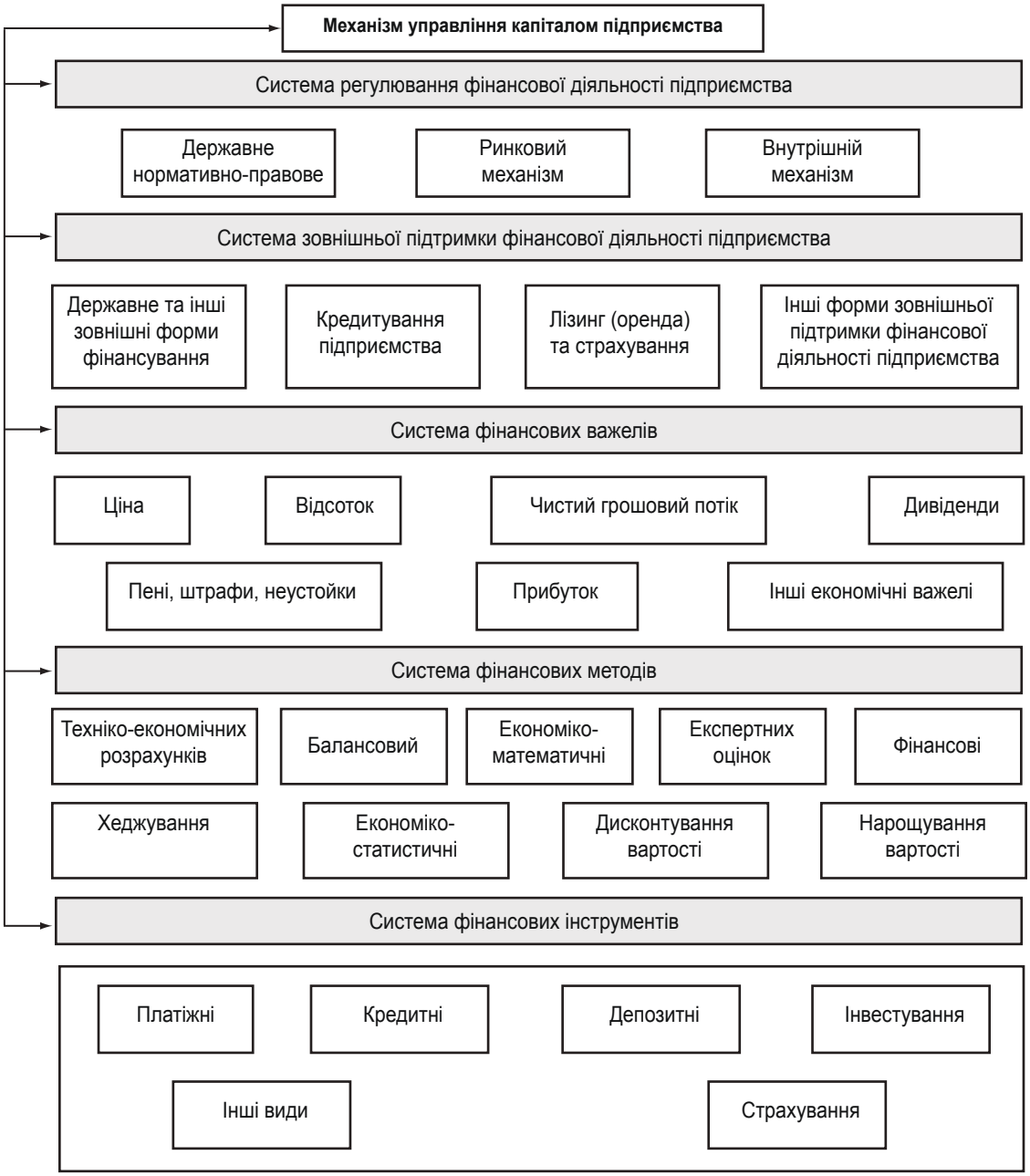


Рис. 2. **Механізм управління капіталом підприємства в Україні**

Розглянемо складові структури механізму управління капіталом підприємства.

Система регулювання фінансової діяльності підприємства охоплює:

– державне нормативно-правове регулювання фінансової діяльності підприємства;

– ринковий механізм регулювання фінансової діяльності підприємства формується передусім у сфері ринку капіталу в розрізі окремих його видів і сегментів;

– внутрішній механізм регулювання окремих аспектів фінансової діяльності підприємства.

Частина цих аспектів регулюються вимогами статуту підприємства, окремі з них регулюються розробленими на підприємстві фінансовою стратегією та цільовою фінансовою політикою за окремими напрямами управління капіталом. Крім того, на підприємстві може бути розроблена й затверджена система внутрішніх нормативів і вимог щодо окремих аспектів формування та використання капіталу.

Таким чином, при прийнятті перспективних управлінських рішень у сфері формування капіталу підприємства слід урахувати вплив усіх внутрішніх і зовнішніх факторів, що дозволить забезпечувати сумісність стратегії і тактики із можливостями підприємства, знизити вартість і визначити оптимальне співвідношення ресурсів, управляти рівнем фінансового ризику, впливати на рівень потреби у додатковому капіталі. Формування на підприємстві певного алгоритму етапів управління капіталом та їх дотримання дозволить як підвищити ефективність діяльності підприємства, так і спростити сам процес прийняття управлінських рішень щодо формування та використання капіталу. Ефективне управління капіталом слід ототожнювати не лише з контролем за його рухом, але і з можливістю планування майбутньої потреби в ресурсах, виявленням невикористаних внутрішніх резервів мобілізації капіталу.

Науковий керівник – д-р екон. наук, професор Внукова Н. М.

Література: 1. Басовский Л. Е. Теория экономического анализа : учебное пособие. М. : Инфра-М, 2008. 222 с. **2.** Калашникова К. М. Економічна сутність поняття «управління оптимізацією структури капіталу підприємства». *Управління розвитком.* 2011. № 1. С. 151–155. **3.** Финансовое состояние предприятия. Методы оценки. М. : ИКЦ «ДИС», 2012. 224 с. **4.** Яремко І. Й. Управління капіталом підприємства: економічний і фінансовий інструментарій : монографія. Львів : Каменяр, 2006. 176 с. **5.** Середа О. О. Методи регулювання структури капіталу підприємства. *Экономика управления.* 2013. № 4. С. 28–32. **6.** Методичні рекомендації до самостійної роботи з навчальної дисципліни «Фінансова діяльність суб'єктів підприємництва» для студентів напряму підготовки 6.030508 «Фінанси і кредит» денної форми навчання / укл. Н. В. Сабліна, Т. Б. Кузенко. Харків : ХНЕУ, 2015. 90 с.

АНАЛІЗ СТРАТЕГІЧНИХ АЛЬТЕРНАТИВ ПІДПРИЄМСТВА НА ПІДСТАВІ ПОЗИЦІОНУВАННЯ В МАТРИЦІ ФІНАНСОВОЇ РІВНОВАГИ

УДК 658.15

Бабенко В. О.

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

Анотація. *Здійснено ідентифікацію стадії фінансового розвитку підприємства на підставі визначення його позиції у матриці фінансових стратегій. Проведено аналіз можливих варіантів зміни фінансової рівноваги. Наведено рекомендації щодо формування оптимальної фінансової стратегії підприємства.*

Ключові слова: *підприємство, організація, виробництво, фінанси, фінансова стратегія, фінансово-господарська діяльність, результат господарської діяльності, результат фінансової діяльності, результат фінансово-господарської діяльності, матриця фінансових стратегій Франшона–Романе.*

Аннотация. *Осуществлена идентификация стадии финансового развития предприятия на основании определения его позиции в матрице финансовых стратегий. Проведен анализ возможных вариантов изменения финансового равновесия. Приведены рекомендации касательно формирования оптимальной финансовой стратегии предприятия.*

Ключевые слова: *предприятие, организация, производство, финансы, финансовая стратегия, финансово-хозяйственная деятельность, результат хозяйственной деятельности, результат финансовой деятельности, результат финансово-хозяйственной деятельности, матрица финансовых стратегий Франшона–Романе.*

© Бабенко В. О., 2018

Annotation. *The identification of the stage of financial development of an enterprise was determined based on the definition of its position in the matrix of financial strategies. The analysis of possible variants of change of financial equilibrium is carried out. The recommendations concerning the formation of an optimal financial strategy of the enterprise are given.*

Keywords: *enterprise, organization, production, finances, financial strategy, financial and economic activity, the result of economic activity, the result of financial activity, the result of financial and economic activity, the matrix of financial strategies of Franchona–Romane.*

На сучасному етапі розвитку економіки найважливішими факторами забезпечення розвитку підприємства є ефективне формування та використання фінансових ресурсів, що насамперед пов'язане із застосуванням нових систем і методів управління цими процесами.

Для максимізації ринкової вартості та підвищення рівня добробуту його власників необхідною умовою є розробка й 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 й використання фінансових ресурсів за зміни умов зовнішнього середовища [4].

Дослідженням питань розробки та реалізації фінансової стратегії підприємства займалися і займаються зарубіжні та вітчизняні науковці, серед них Портер М., Ансофф І., Бланк І., Гриньов А., Іванюта С., Ткачук І. та ін. Однак, розроблені методики переважно виявилися малопридатними для практичного застосування для здійснення комплексного управління фінансами за сучасних умов господарювання. Порівняно новим напрямом проведення стратегічного фінансового аналізу є застосування матричного підходу Франшона і Романе, який дає змогу визначити фінансовий стан підприємства та спрогнозувати відповідні зміни.

Метою написання статті є визначення стадії фінансового розвитку підприємства машинобудівної галузі, оцінка наявних стратегічних альтернатив на підставі застосування матриці Франшона–Романе та надання рекомендацій щодо формування оптимальної фінансової стратегії з урахуванням галузевого аспекту.

Матриця фінансових стратегій Франшона–Романе дозволяє визначати поточне положення суб'єкта господарювання з точки зору фінансового ризику, розглядати ситуацію в динаміці для визначення стратегічного напрямку фінансової стратегії суб'єкта господарювання залежно від зміни ключових показників його діяльності. Застосування цієї матриці ґрунтується на розрахунку результату господарської діяльності, результату фінансової діяльності та результату фінансово-господарської діяльності. Розрахунки результату господарської діяльності для ДНВП «Об'єднання Комунар» за 2014–2016 рр.подано в табл. 1 [4].

Таблиця 1

Розрахунок результату господарської діяльності ДНВП «Об'єднання Комунар», 2014–2016 рр., тис. грн

Показник	Умовні позначення	2014	2015	2016
1	2	3	4	5
1. Додана вартість	*ДВ*	530776	474645	368276
а) вартість виробленої продукції	*ТП*	516717	427926	344951
б) запаси готової продукції	*ГП ср*	12879	9916	8597
в) незавершене виробництво	*НЗВ ср*	98501	117 086	98501
г) вартість спожитих матеріальних засобів виробництва	*МВ*	97321	80283	83773
2. Брутто-результат експлуатації інвестицій	*БРЕІ*	357191	309275	209915
а) податок на додану вартість	*ПДВ*	59743	51248	50658
б) видатки з оплати праці	*ВП*	81344	87 061	86 625
в) обов'язкові платежі, що є пов'язаними з оплатою праці	*ОП*	30527	25103	19962
г) усі податки та податкові платежі, крім податку на прибуток	*П*	1971	1958	1117
3. Зміна величини фінансово-експлуатаційних потреб	*Δ ФЕП*	20653	-79589	21676
а) матеріальні запаси на початок періоду	*Започ*	163804	171644	166970
б) матеріальні запаси на кінець періоду	*Запкін*	171644	166 970	166 610
в) дебіторська заборгованість підприємства на початок періоду	*Дзпоч*	54750	44886	39849

Закінчення табл. 1

1	2	3	4	5
г) дебіторська заборгованість підприємства на кінець періоду	Дзкін	44866	39849	36277
д) кредиторська заборгованість підприємства на початок періоду	Крпоч	65885	43188	113006
е) кредиторська заборгованість підприємства на кінець періоду	Кркін	43188	113 066	87398
ж) ФЕП на початок періоду	ФЕП1	152669	173342	93813
з) ФЕП на кінець періоду	ФЕП2	173322	93753	115489
4. Виробничі інвестиції	ВІ	20628	2761	7255
5. Звичайні продажі майна	ПМ	2	1	0
Результат господарської діяльності	РГД	315908	386102	180984

Розрахунок результату фінансової діяльності подано в табл. 2 [3].

Таблиця 2

Розрахунок результату фінансової діяльності ДНВП «Об'єднання Комунар» за 2014–2016 рр., тис. грн

Показник	Умовні позначення	2014	2015	2016
1. Зміна позикових коштів підприємства	ПК	11672	-32611	-16000
а) позикові кошти підприємства на початок періоду	ПКП	59939	71611	39000
б) позикові кошти підприємства на кінець періоду	ПКК	71611	39000	23000
2. Відсотки банку	ВБ	12405	14665	6840
3. Податок на прибуток	ПП	9291	1891	166
4. Виплачені дивіденди	ВД	0	0	0
5. Суми, отримані від емісії акцій	ЕА	0	0	0
6. Кошти, вкладені у статутні фонди інших підприємств	СФ	78	52	66
7. Довгострокові фінансові вкладення	ДФср	121	97	97
8. Отримані відрахування від прибутку заснованих підприємств і доходи від інших довгострокових фінансових вкладень	ОПЗ	2495	8337	168
Результат фінансової діяльності	РФД	-7728	-40979	-23001

Розрахунок показників матриці фінансової стратегії підприємства подано в табл. 3 [4].

Таблиця 3

Розрахунок показників матриці фінансової стратегії ДНВП «Об'єднання Комунар» за 2014–2016 рр., тис. грн

Роки	РГД	РФД	РГФД
2014	315908	-7728	308180
2015	386102	-40979	345123
2016	180984	-23001	157983

За даними розрахунку бачимо, що результат господарської діяльності у 2014 р. становив 315908 тис. грн, у 2015 р. – 386102 тис. грн, а у 2016 р. – 180984 тис. грн. Результат фінансової діяльності ДНВП «Об'єднання Комунар» у 2014 р. становить –7728 тис. грн, у 2015 р. –40979 тис. грн, а у 2016 р. збитки з фінансової діяльності зменшилися до 23001 тис. грн. У цілому результат фінансово-господарської діяльності підприємства у 2014 р. становив 308180 тис. грн, у 2015 р. – 345123 тис. грн., а у 2016 р. – 157983 тис. грн.

За результатом розрахунку цих показників можна умовно віднести суб'єкт господарювання до одного з квадрантів матриці, кожний із яких має свій номер та свою унікальну назву (табл. 4) [4].

Квадранти 1; 2 і 3 (головна діагональ матриці) є зоною рівноваги. Над діагоналлю (квадранти 4; 5; 6) розміщується зона успіхів, у якій значення показників є додатними і відбувається створення ліквідних засобів. Чистий грошовий потік є стійко додатним, фінансовий ризик мінімальний. Під діагоналлю (квадранти 7; 8; 9) розміщується зона дефіцитів, у якій відбувається споживання ліквідних засобів, а значення досліджуваних показників

є від'ємними [3]. Зауважимо, що до умовного нуля слід віднести значення РГД (РФД), що наближаються до значення у 10 % від доданої вартості. У 2014 р. умовним нулем було значення 53078 тис. грн, у 2015 р. – 47465 тис. грн, а у 2016 – 36828 тис. грн. У процесі діагностики банкрутства на підставі побудови матриці фінансової рівноваги необхідно звернути увагу не тільки на поточне місцезнаходження, а й досліджувати напрямок руху положення підприємства в межах окремих квадрантів матриці в динаміці

Таблиця 4

Матриця фінансових стратегій (фінансової рівноваги) Франшона–Романе

Значення показників	**РФД < 0 гальмування**	**РФД → 0 стабілізація**	**РФД > 0 зростання**
РГД > 0 повільне зростання	1. РФГД → 0 Батько сімейства	4. РФГД > 0 Рантьє	6. РФГД >> 0 Холдинг
РГД → 0 повільне зростання	7. РФГД < 0 Епізодичний дефіцит	2. РФГД → 0 Стійка рівновага	5. РФГД > 0 Атака
РГД < 0 форсоване зростання	9. РФГД << 0 Криза	8. РФГД < 0 Дилема	3. РФГД → 0 Нестійка рівновага

Отже, можна побудувати матрицю фінансових стратегій Франшона–Романе для ДНВП «Об'єднання Комунар» та визначити напрямки зміни показників за 2014–2016 рр. (рис. 1) [6].

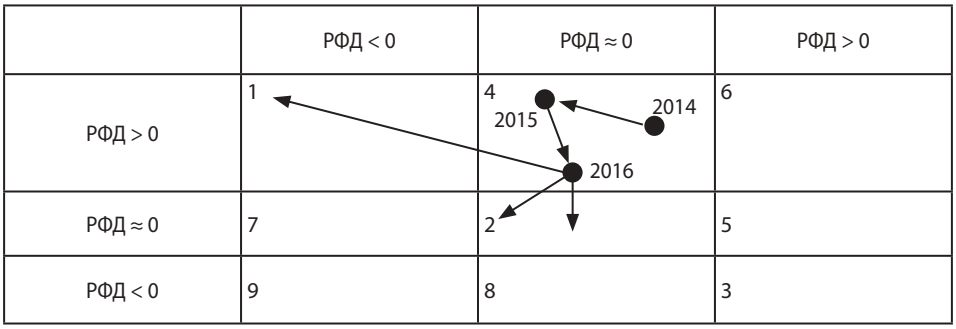


Рис. 1. **Матриця фінансових стратегій Франшона–Романе для ДНВП «Об'єднання Комунар»**

У 2014–2016 роках ДНВП «Об'єднання Комунар» перебувало в квадранті 4 «Рантьє», для якого характерною є наявність вільних засобів для здійснення проектів при використанні позикового капіталу. Однак, підприємство не бажає вкладати їх у власне виробництво, а надає товарні кредити своїм споживачам. Можливим є перехід до квадрантів 1; 2; 7.

До квадрантів 2 і 7 підприємство переміститься за умови реалізації інвестиційного проекту. Якщо темпи зростання будуть досить високими, підприємство перейде до квадранта 2. За невисоких темпів зростання обігу – до квадранта 7. У цьому випадку запозичення, що є пов'язаними з реалізацією інвестиційного проекту, негативно позначаться на величині результату фінансової діяльності.

Перспективи подальшого розвитку підприємства є цілком позитивними. Вибір структури фінансування залежатиме від рівня та динаміки економічної прибутковості. За необхідності існують можливості збільшення заборгованості та використання ефекту фінансового важеля. Якщо збільшення обсягів діяльності не планується, головною проблемою стане ефективність інвестування вільних власних коштів. Виробничі потреби підприємства повністю забезпечуються власними фінансовими ресурсами, але підприємство нарощує свою заборгованість.

Таким чином, реалізація запропонованої системи заходів для досягнення бажаного фінансового стану дасть змогу ДНВП «Об'єднання Комунар» подолати наявні дестабілізуючі явища в його діяльності, забезпечить підвищення рівня ліквідності та платоспроможності підприємства, а також підвищення ефективності його господарської діяльності без надмірного зростання залежності від зовнішніх фінансових джерел.

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

Література: 1. Ансофф И. Стратегическое управление. М. : Экономика, 1998. 520 с. **2.** Бланк И. А. Финансовая стратегия предприятия. Киев : Эльга ; Ника-Центр, 2006. 520 с. **3.** Гриньов А. В., Ястремська О. М. Якість форму-

вання фінансової стратегії підприємства. *Фінанси України.* 2006. № 6. С. 121–128. **4.** Дорофеев М. Л. Особенности применения матрицы финансовых стратегий Франшона и Романе в стратегическом финансовом анализе компании. *Финансы и кредит.* 2009. № 23. С. 51–56. **5.** Іванюта С. М. Антикризове управління : навч. посіб. Київ : Центр навч. літ., 2007. 288 с. **6.** Мисак Н. В., Ященко О. І. Стратегічні аспекти досягнення фінансової стійкості підприємства. *Науковий вісник НЛТУ України.* 2005. № 15. С. 384–389. **7.** Портер М. Конкурентная стратегия. Методика анализа отраслей и конкурентов / пер. с англ. М. : Альпина Бизнес Букс, 2005. 464 с. **8.** Ткачук І. Г. Формування фінансової стратегії в системі управління підприємством. *Вісник ЖДТУ.* 2008. № 2. С. 301–304.

АНАЛІЗ ДІЯЛЬНОСТІ ТОРГОВЦІВ ЦІННИМИ ПАПЕРАМИ В УКРАЇНІ

УДК 336.76

Бадяєв О. В.
Косенко К. В.

Студенти 3 курсу
фінансового факультету ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Проаналізовано діяльність фондових бірж на ринку цінних паперів України. Обґрунтовано роль фондових бірж у забезпеченні розвитку національної економіки. Визначено фінансові інструменти фондового ринку, їх питому вагу на ринку цінних паперів, а також динаміку змін. Конкретизовано цілі та завдання державного регулювання ринку цінних паперів. Запропоновано заходи стимулювання розвитку біржової діяльності в Україні.*

Ключові слова: *цінні папери, ринок цінних паперів, фондова біржа, фінансові інструменти, державне регулювання ринку цінних паперів, ліквідність, капіталізація фондових бірж, лістинг, акції, облігації.*

Аннотация. *Проанализирована деятельность фондовых бирж на рынке ценных бумаг Украины. Обоснована роль фондовых бирж в обеспечении развития национальной экономики. Определены финансовые инструменты фондового рынка, их удельный вес на рынке ценных бумаг, а также динамика изменений. Конкретизированы цели и задачи государственного регулирования рынка ценных бумаг. Предложены меры стимулирования развития биржевой деятельности в Украине.*

Ключевые слова: *ценные бумаги, рынок ценных бумаг, фондовая биржа, финансовые инструменты, государственное регулирование рынка ценных бумаг, ликвидность, капитализация фондовых бирж, листинг, акции, облигации.*

Annotation. *The activity of stock exchanges in the securities market of Ukraine is analyzed. The role of stock exchanges in ensuring the development of the national economy is substantiated. The financial instruments of the stock market, their share in the securities market, as well as the dynamics of changes are determined. The goals and objectives of the state regulation of the securities market are specified. Measures to stimulate the development of exchange activities in Ukraine are proposed.*

Keywords: *securities, securities market, stock exchange, financial instruments, government regulation of the securities market, liquidity, capitalization of stock exchanges, listing, shares, bonds.*

Фондовий ринок є важливим елементом економіки розвинених країн світу. В Україні він все ще перебуває на стадії становлення поряд із позитивними тенденціями його розвитку. Існують певні проблеми, що очікують вирішення для формування високоліквідного фондового біржового ринку. З огляду на значну роль біржової діяльності в сучасній фінансово-економічній системі розв'язання наявних проблем у цій сфері є важливим науково-практичним завданням.

© Бадяєв О. В., Косенко К. В., 2018

Дослідженням проблем становлення та розвитку українського фондового біржового ринку займаються вітчизняні науковці Колодізєв О., Оскольський В., Заплатинський М., Тарасюк Д., Назарчук М. та ін.

Метою написання статті є аналіз біржової діяльності на ринку цінних паперів в Україні та визначення основних її проблем із розробкою заходів щодо їх вирішення.

Торговці цінними паперами приваблюють вітчизняних і зарубіжних інвесторів для вкладання коштів у цінні папери, що стає основою для зростання фондового ринку. Динаміка обсягу біржових контрактів показує, як розвивається фондовий ринок, чи схильний він до зростання (рис. 1) [7].

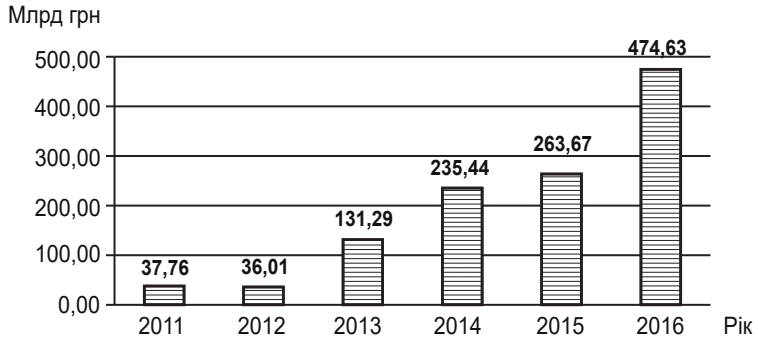


Рис. 1. **Обсяг біржових контрактів (договорів) із цінними паперами на організаторах торгівлі, 2011–2016 рр.**

Бачимо (рис. 1), що останнім часом обсяг торгів цінними паперами на біржовому ринку має тенденцію до зростання. Найбільший приріст показав 2015 р., показник зріс до 474,63 млрд грн. З графіка видно, що ринок стрімко зростав, два роки мав приблизно однакові обсяги, а пізніше знову стрімко зростає. У 2011–2012 рр. обсяги становили 37, 76 млрд грн та 36,01 млрд грн, і майже в 4 рази зросли у 2013 р. У 2014–2015 рр. обсяги також були приблизно однаковими, але у 2016 р. зросли майже вдвічі порівняно з 2014 р.

Динаміку частки біржового ринку, що показує зміну у відсотках обсягу угод на біржовому ринку, подано на рис. 2 [2].

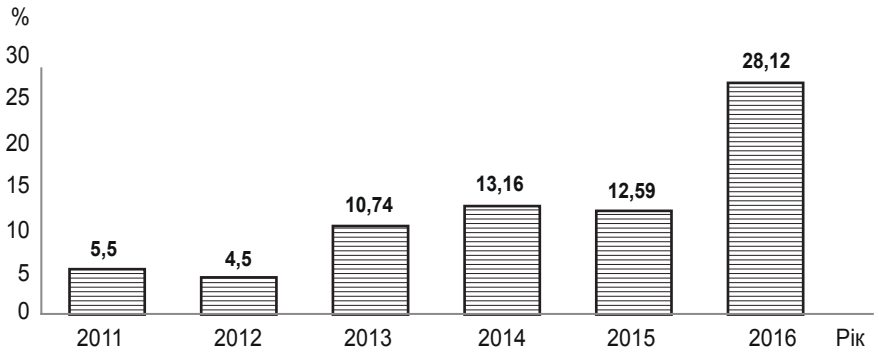


Рис. 2. **Динаміка частки біржового ринку в загальному обсязі торгів на ринку цінних паперів, 2011–2016 рр.**

Бачимо (рис. 2), що у 2016 р. частка біржового ринку в загальному обсязі торгів на ринку цінних паперів зросла на 15,53 % і становила 28,12 %. У цілому порівняно з 2014 р. і 2015 р. можна сказати, що біржовий ринок має тенденцію до зростання, але його частка все ще є незначною.

Головним завданням, яке повинен виконувати ринок цінних паперів, є забезпечення умов для залучення інвестицій на підприємства, доступ цих підприємств до дешевшого порівняно з іншими джерелами капіталу. Залучення інвестицій у цінні папери відбувається шляхом придбання цінних паперів у процесі їх емісії. Акції та облігації є найефективнішим джерелом отримання додаткових фінансових ресурсів для фінансування поточної господарської діяльності, довгострокових проектів підприємств і держави [8].

Для порівняння фондового та фінансового ринків можна використати значення обсягів довгострокових кредитів банків і довгострокових цінних паперів, оскільки найпопулярнішим інститутом на фінансовому ринку є банк, а кредити – однією з найпопулярніших угод. Порівняльні дані подано на рис. 3 [4].

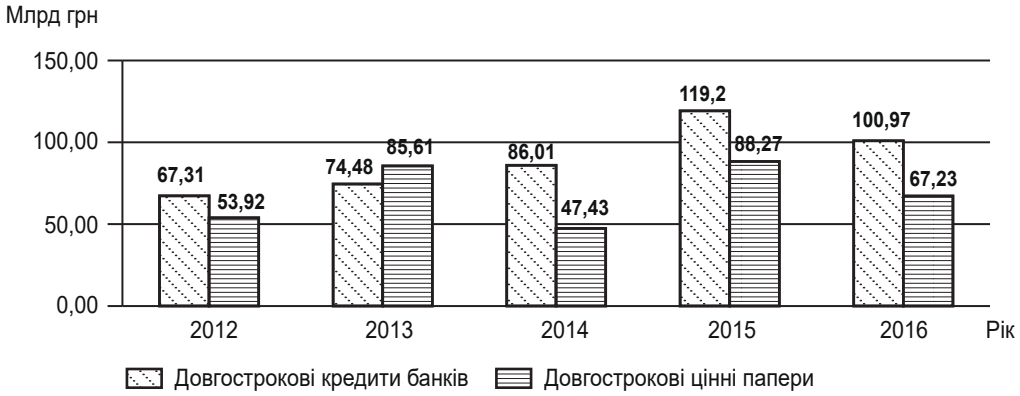


Рис. 3. **Залучення інвестицій у економіку України, 2012–2016 рр.**

Бачимо (рис. 3), що показник обсягу залучених інвестицій в економіку України через інструменти фондового ринку, який за результатами 2016 р. становив 67,23 млрд грн, є нижчим за показник обсягу залучених довгострокових кредитів – 100,97 млрд грн. Усі роки крім 2013 р. довгострокові кредити банків перевищували показники довгострокових цінних паперів. Динаміка довгострокових цінних паперів почергово то знижується, то йде вгору, що свідчить про нестабільність довгострокових вкладень у цінні папери.

Ринок акцій посідає особливе місце на ринку капіталів. Стійкий, стабільно функціонуючий ринок акцій є одним із факторів, що визначають інвестиційний клімат у країні, сприяють залученню й перерозподілу інвестиційного капіталу у перспективні сфери економіки. Динаміку обсягу зареєстрованих випусків акцій подано на рис. 4 [7].

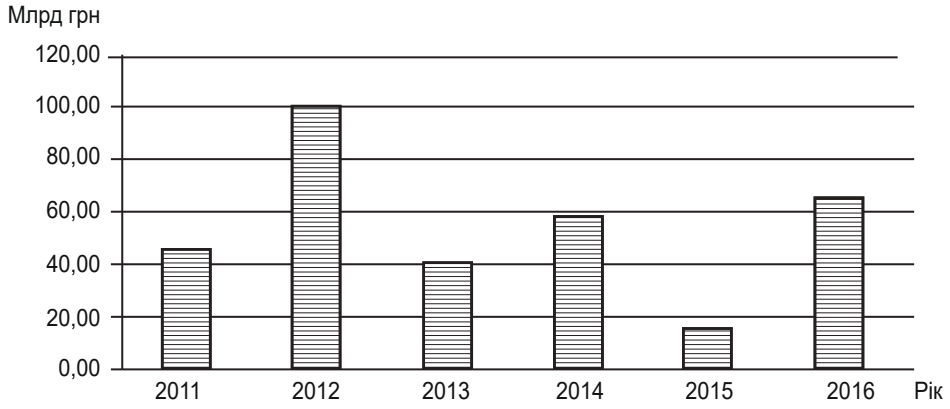


Рис. 4. **Динаміка обсягу зареєстрованих Комісією випусків акцій, 2011–2016 рр.**

Бачимо (рис. 4), що за даними на кінець 2016 р. усього Комісією зареєстровано випусків акцій на загальну суму 64,54 млрд грн; від 2011 р. приріст становив 18,4 млрд грн.

Емісійна діяльність на ринку облігацій у 2016 р. демонструє значний спад обсягів зареєстрованих Комісією облігаційних випусків, що свідчить про зменшення у компаній зацікавленості цим фінансовим інструментом та можливостей залучення додаткових коштів шляхом емісії облігацій. Динаміку обсягу зареєстрованих випусків облігацій підприємств подано на рис. 5 [7].

Бачимо (рис. 5), що протягом 2016 р. Комісією зареєстровано 304 випуски облігацій підприємств на суму 36,72 млрд грн. Порівняно з 2015 р. обсяг зареєстрованих випусків облігацій підприємств зменшився на 14,67 млрд грн, або на 71,45 %.

Проведений аналіз фондового ринку України дає підстави стверджувати, що ринок цінних паперів тільки розпочав розвиватися, кількість фінансових інструментів є незначною. Найпопулярнішими фінансовими інструментами є акції та облігації.

Розглянемо проблеми біржової діяльності на фондовому ринку в Україні та першочергові заходи щодо їх вирішення.

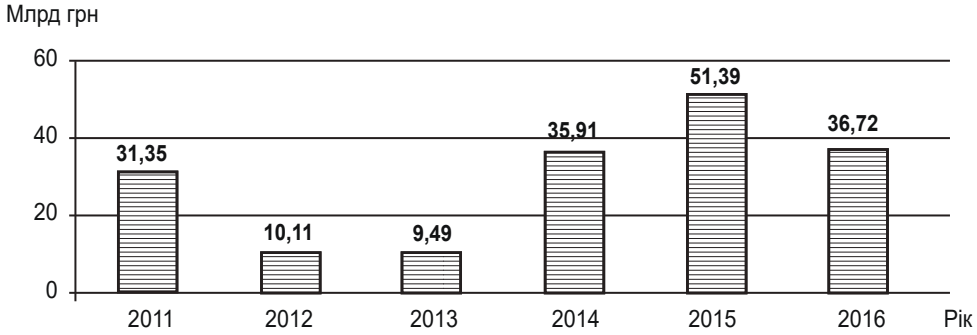


Рис. 5. **Обсяги зареєстрованих Комісією випусків облігацій підприємств, 2011–2016 рр.**

1. Незначна частка організаційного ринку, основна маса операцій здійснюється на позабіржовому ринку. Як наслідок, незначні обсяги біржової діяльності, низька ліквідність і прибутковість біржової діяльності як такої.

2. Низький рівень ліквідності: незначним обсягом операцій на біржовому ринку зумовлено низьку ліквідність організованого ринку, що, у свою чергу, стримує його розвиток через відсутність можливостей для нормальної роботи інвесторів з управління інвестиційними портфелями.

3. Недостатня капіталізація ринку, підприємства не розглядають фондовий ринок як доступне джерело дешевих фінансових ресурсів. Ціни на акції підприємств не є індикатором їх успішності та перспектив розвитку.

4. Непрозорість ринку. Інформація щодо біржової діяльності України є дуже обмеженою з точки зору актуальності, повноти, доступності, наявні питання й щодо достовірності цієї інформації. Крім того, на ринку дуже незначні обсяги біржової аналітики та іншого інформаційного фону.

5. Дефіцит фінансових ресурсів: відсутність внутрішніх джерел фінансування, помножена на вкрай несприятливий інвестиційний клімат і міжнародний імідж, що відлякує зарубіжних інвесторів, спричиняє дефіцит фінансових ресурсів на фондовому ринку України.

Таким чином, основними заходами вирішення проблем можуть бути забезпечення як нормативних, так і організаційних умов для оформлення угод з купівлі (продажу) біржових цінних паперів на організованому ринку та проведення первинних публічних розміщень акцій державних підприємств на фондових біржах України. Створення умов і можливостей для первинних публічних розміщень акцій українських підприємств не на зарубіжних площадках, а на біржах країни; скорочення чисельності бірж; створення умов, у тому числі і шляхом нормативного регулювання, для забезпечення прозорості біржової діяльності в Україні для її учасників. Важливим заходом є і налагодження системи контролю за прозорістю біржової діяльності, створення та забезпечення фактичного функціонування єдиної державної системи розкриття фінансової інформації емітентами та іншими учасниками біржової діяльності.

Науковий керівник – канд. екон. наук, викладач Давиденко Д. О.

Література: 1. Колодзієв О. М., Заплатинський М. І., Тарасюк Д. С. Особливості проведення аналізу цінних паперів в умовах фінансової кризи. *Формування ринкової економіки в Україні.* 2011. № 23. С. 342–349. **2.** Інформаційна довідка щодо розвитку фондового ринку України // Офіційний сайт Національної комісії з цінних паперів та фондового ринку URL: http://nssmc.gov.ua/fund/analytics. **3.** Оскольський В. В. Ринок цінних паперів України: погляд через призму діяльності Української фондової біржі. Київ : УФБ, 2001. 216 с. **4.** Статистична інформація // Офіційний сайт Державної служби статистики України. URL: http://www.ukrstat.gov.ua. **5.** Про державне регулювання ринку цінних паперів в Україні : Закон України від 30.10.1996 № 448/96-ВР // База даних «Законодавство України» / Верховна Рада України. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/448/96-%D0%B2%D1%80/ed19961030. **6.** Про цінні папери та фондовий ринок : Закон України від 23.02.2006 № 3480-IV // База даних «Законодавство України» / Верховна Рада України. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3480-15/ed20060223. **7.** Фондовий ринок // Публічне акціонерне товариство «Українська біржа». URL: http://www.ux.ua/a7354/?nt=304. **8.** Назарчук М. І. Аналіз стану та перспектив розвитку фондового ринку України. *Фінанси України.* 2007. № 12. С. 83–95.

АНАЛІЗ ФІНАНСОВОГО СТАНУ ПІДПРИЄМСТВА: СУТНІСТЬ І НЕОБХІДНІСТЬ

УДК 336.012.23(045)

Балабан Т. П.

Студент 3 курсу
факультету консалтингу і міжнародного бизнесу ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Визначено сутність і обґрунтовано необхідність аналізу фінансового стану підприємств за сучасних умов. Досліджено основні методичні підходи до його здійснення, а також їх переваги та недоліки. Конкретизовано особливості застосування кожного із них з огляду на специфіку підприємства та показники його діяльності.*

Ключові слова: *підприємство, організація, виробництво, фінанси, фінансово-господарська діяльність, фінансовий стан, оцінка фінансового стану, фінансова стійкість, платоспроможність, рентабельність, ліквідність.*

Аннотация. *Определена сущность и обоснована необходимость анализа финансового состояния предприятий в современных условиях. Исследованы основные методические подходы к его осуществлению, а также их преимущества и недостатки. Конкретизированы особенности применения каждого из них с учетом специфики предприятия и показателей его деятельности.*

Ключевые слова: *предприятие, организация, производство, финансы, финансово-хозяйственная деятельность, финансовое состояние, оценка финансового состояния, финансовая устойчивость, платежеспособность, рентабельность, ликвидность.*

Annotation. *The essence and the necessity of analyzing the financial condition of enterprises in modern conditions are substantiated. The main methodological approaches to its implementation, as well as their advantages and disadvantages, are investigated. Concretized the features of the application of each of them, taking into account the specifics of the enterprise and its performance indicators.*

Keywords: *enterprise, organization, production, finance, financial and economic activity, financial condition, assessment of financial condition, financial stability, solvency, profitability, liquidity.*

Вирішення питання економічного аналізу має важливе значення при оцінці ефективності господарської діяльності та пошуку шляхів її підвищення. Будь-яка підприємницька діяльність потребує постійного контролю й аналізу процесів, впливу яких зазнає підприємство за сучасних умов господарювання. Вивчення й аналіз ефективності функціонування кожного підприємства залежить насамперед від того, чи відповідають управлінські рішення, якими керується підприємство, ринковим умовам. Базою для обґрунтування та прийняття таких рішень може бути тільки глибокий комплексний аналіз діяльності підприємства.

Економічний аналіз є необхідним на всіх етапах підприємницької діяльності, від формування підприємства до реалізації кожного етапу його функціонування із дотриманням принципів етапності самого аналізу.

Нині питання значення та ролі економічного аналізу досліджують чимало науковців, серед них Івахненко В. М., Мец В. О., Павленко А. Ф., Мних Є. В., Захарченко В. І. та ін. Усі вони приділяють значну увагу теоретичному підходу до вирішення проблем, із якими може зіткнутися підприємство, здійснюють розробку методології економічного аналізу та шляхів її практичного застосування.

Метою написання статті є дослідження сутності, завдань і значення системного аналізу фінансового стану підприємства, а також розгляд існуючих методів, принципів і методик його проведення.

Аналіз публікацій, присвячених питанням оцінки фінансового стану підприємств, дає підстави стверджувати, що фінансовий стан підприємства характеризується сукупністю параметрів, які виражають наявність, розміщення і використання фінансових ресурсів підприємства. Його оцінка є необхідною умовою для ефективного управління підприємством, розміщення та використання ресурсів підприємства [1].

Оцінка кризової ситуації в економіці України потребує розробки ефективних антикризових заходів, що забезпечать не просто виживання підприємства, а його стійкий фінансово-економічний розвиток. Цей процес потребує проведення комплексного аналізу як економічних показників, так і окремих сфер і напрямів діяльності підприємства.

Для досягнення основної мети аналізу фінансового стану підприємства можуть застосовуватися різні методи аналізу. Методи фінансового аналізу є комплексом науково-методичного інструментарію для оцінки фінансового

© Балабан Т. П., 2018

стану підприємства. На підставі аналізу літературних джерел можна визначити як методи оцінки фінансового стану підприємства коефіцієнтний, комплексний, інтегральний, беззбитковий і рівноважний [2].

Коефіцієнтний метод передбачає розрахунок системи коефіцієнтів, що висвітлюють різні сторони господарювання підприємства і враховують вплив як внутрішнього, так і зовнішнього середовищ на фінансовий стан підприємства (табл. 1) [3; 5].

Основними недоліками цього методу, що ускладнюють його застосування, є:

– трудомісткість, досить складний процес формування результатів оцінки;

– відсутність нормативних значень більшості коефіцієнтів, застосовуваних у процесі аналізу;

– ситуація, коли зміни величин коефіцієнтів у динаміці не можуть бути інтерпретовані належним чином, оскільки значення для розрахунку постійно змінюються у часі.

Таблиця 1

Система коефіцієнтів для оцінки фінансового стану підприємства

Напрямок	Коефіцієнти
Ліквідність	– абсолютної ліквідності; – загальної ліквідності; – критичної ліквідності
Рентабельність	– рентабельності активів; – рентабельності реалізації; – власного капіталу
Фінансова стійкість	– автономії; – фінансового ризику; – концентрації позикового капіталу
Ділова активність	– оборотності активів; – оборотності власного капіталу; – оборотності основних засобів

Цей метод слід використовувати на підприємствах, які мають час для правильної інтерпретації результатів.

Комплексний метод дає змогу виявити ті напрямки в діяльності підприємства, у яких виникають проблеми, а також досліджувати причини, що їх зумовили, що є його величезною перевагою. Однак, існують і недоліки: як і попередній метод, він є трудомістким і немає нормативних значень більшості коефіцієнтів, що обмежує його практичне застосування, особливо під час оперативної оцінки підприємства [3; 5].

Інтегральний метод аналізу фінансового стану підприємства слід використовувати підприємствам, які хочуть визначити свій фінансовий стан певним (одним, сукупним) інтегральним показником. За застосування цього методу розраховують інтегральний показник на підставі узагальнюючих показників за рівнем платоспроможності, фінансової незалежності та якості активів підприємства. Перевагами цього методу є те, що сукупний (інтегральний) показник можна в будь-який момент доповнити будь-якою кількістю аналітичних напрямків і коефіцієнтів, що дає змогу тримати «руку на пульсі». Недоліком є те, що виникає певна неузгодженість понять платоспроможності та ліквідності [6].

Беззбитковий метод ґрунтується на ролі операційного важеля у формуванні результатів діяльності підприємства, можливості управління його витратами й результатами для досягнення необхідних показників беззбитковості виробництва. Критерієм оцінки фінансового стану підприємства в цьому випадку є запас фінансової міцності підприємства, тобто виторг від реалізації, що підприємство має після проходження порогу рентабельності. Чим вищим є запас фінансової міцності у відсотках, тим стійкішим є фінансовий стан підприємства [6].

Перевагою цього методу є те, що він охоплює беззбитковість (базовий аспект діяльності підприємства) та витрати, отже, є сучасним і практичним. Недоліком є те, що він не узгоджується з такими сторонами оцінки, як конкурентоспроможність, кредитоспроможність, ринкова і ділова активність, тобто потребує подальшого розвитку.

Рівноважний метод ґрунтується на понятті ліквідності й оцінці фінансового стану підприємства з позицій досягнення рівноваги між ліквідними потоками у сфері господарсько-інвестиційної та фінансової діяльності підприємства. Перша є зоною створення коштів, друга – зоною споживання коштів. Формовані та спожиті в них ліквідні грошові потоки мають назву результату господарської діяльності та результату фінансової діяльності відповідно. Рівність між цими результатами створює ситуацію ідеальної фінансової рівноваги підприємства, коли сукупний результат господарської і фінансової діяльності дорівнює нулю.

Цей метод є апробованим світовим досвідом. Його реалізація дала змогу встановити дев'ять типових ситуацій фінансового стану підприємства і розробити відповідні рекомендації загального характеру для досягнення фінансово-господарської рівноваги у разі відхилення підприємства від лінії рівноваги чи зони безпеки, що є дуже

цінним для застосування саме цього методу. Недоліками методу є неможливість урахування стану підприємства в конкретному, діловому, кредитному та ринковому середовищі [6].

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.

Основними критеріями вибору методу оцінки є:

– часові обмеження: якщо оцінку потрібно здійснити найближчим часом, то не рекомендується використовувати коефіцієнтний, комплексний чи інтегральний методи;

– обширність аналізу: беззбитковий і рівноважний методи аналізу не враховують таких показників діяльності підприємства, як конкурентоспроможність, кредитоспроможність, ділова активність;

– наявність доступу до детальної інформації про діяльність підприємства: якщо така існує, доцільно обрати комплексний чи коефіцієнтний підхід.

Отже, фінансовий стан підприємства є комплексним поняттям, результатом взаємодії всіх елементів системи фінансових відносин підприємства, визначуваним сукупністю виробничо-господарських факторів. Він характеризується системою показників, що відображають наявність, розміщення і використання фінансових ресурсів. Було розглянуто п'ять основних методів аналізу фінансового стану підприємства, визначено переваги та недоліки кожного з них. Найбільш трудомісткими є коефіцієнтний, комплексний та інтегральний методи. Основним недоліком перерахованих методів є відсутність стабільної сукупності нормативних значень. Менш трудомісткими, отже, швидкими методами оцінки є беззбитковий і рівноважний методи, хоча вони мають свої недоліки, такі як неврахування окремих сторін діяльності підприємства, а саме конкурентоспроможності, ділової активності, кредитоспроможності.

Таким чином, аналіз фінансового стану підприємства дає змогу отримати якісну та кількісну інформацію про його діяльність, що є важливою для багатьох суб'єктів ринку. Водночас для забезпечення її достовірності, використання для прийняття управлінських рішень доцільно використовувати коефіцієнтний або комплексний метод, адже вони є найобширнішими, охоплюють усі сфери діяльності підприємства. Ці методи дають уявлення про підприємство і всі його зв'язки як взаємопов'язану систему рухів фінансових ресурсів, що дає змогу найширше й найточніше оцінити його фінансовий стан.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Сапрун Г. Г.

Література: 1. Поддєрьогін А. М., Білик М. Д., Буряк Л. Д., Булгакова С. О. Фінанси підприємств / за ред. А. М. Поддєрьогіна. Київ : КНЕУ, 2011. 552 с. **2.** Кіндрацька Г. І., Білик М. С., Загородній А. Г. Економічний аналіз : підручник / за ред. А. Г. Загороднього. Київ : Знання, 2008. 488 с. **3.** Мних Є. В. Економічний аналіз : підручник. Київ : Центр навч. літ., 2009. 472 с. **4.** Варланов Ю. Ю., Варланов О. Ю. Моделювання фінансового стану підприємств: сутнісний підхід до інтегрованої оцінки. *Ефективна економіка.* 2011. № 59. С. 139–146. **5.** Олексів І. Б., Фещур Р. В. Проблеми аналізу та оцінки фінансового стану підприємства. *Економічний вісник.* 2001. № 68. С. 256–263. **6.** Котенок Г. М. Виявлення переваг та недоліків методів оцінки фінансового стану підприємства. *Науково-технічний збірник.* 2008. № 23. С. 208–212.

ОЦІНКА СТРУКТУРИ КАПІТАЛУ ПІДПРИЄМСТВА ІЗ ЗАСТОСУВАННЯМ ТАКСОНОМІЧНОГО АНАЛІЗУ

УДК 658.14:005

Барбіна Ю. В.

Студент 4 курсу
фінансового факультету ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Розглянуто процес оцінки оптимальності структури капіталу підприємства ПАТ «Трест Житлобуд-1» із застосуванням таксономічного аналізу. На підставі показників, що характеризують стан капіталу підприємства, проведено оцінку оптимальності структури капіталу.*

Ключові слова: *підприємство, організація, фінанси, фінансово-господарська діяльність, капітал, власний капітал, оптимальна структура капіталу, коефіцієнт таксономії, коефіцієнт фінансування, коефіцієнт власного капіталу, коефіцієнт автономії.*

Аннотация. *Рассмотрен процесс оценки оптимальности структуры капитала предприятия ОАО «Трест Жилстрой-1» с применением таксономического анализа. На основании показателей, характеризующих состояние капитала предприятия, проведена оценка оптимальности структуры капитала.*

Ключевые слова: *предприятие, организация, финансы, финансово-хозяйственная деятельность, капитал, собственный капитал, оптимальная структура капитала, коэффициент таксономии, коэффициент финансирования, коэффициент собственного капитала, коэффициент автономии.*

Annotation. *The process of assessing the optimality of the capital structure of the company OJSC «Trest Zhilstroy-1» using taxonomic analysis is considered. Based on the indicators characterizing the state of the company's capital, an assessment of the optimality of the capital structure has been carried out.*

Keywords: *enterprise, organization, finance, financial and economic activity, capital, equity, optimal capital structure, taxonomy ratio, financing ratio, equity ratio, autonomy ratio.*

Ефективність функціонування будь-якого підприємства залежить від правильності стратегії управління капіталом підприємства. Її важливою складовою є оптимізація структури капіталу. Тому завданням керівництва має бути формування найприйнятнішої структури капіталу підприємства для його подальшої ефективної діяльності.

За сучасних умов зростає роль стратегічного аналізу капіталу підприємства, метою якого є ефективне та стабільне функціонування підприємства. Однак, на сьогодні не існує єдиного універсального методу оптимізації структури капіталу, застосовуючи який підприємство визначило б оптимальне співвідношення між власним і позиковим капіталом.

Широкого застосування в економіці підприємства набув метод багатовимірних порівнянь, зокрема в оцінці структури капіталу. Оскільки застосування цього методу є досить складним у зв'язку з багатогранністю та неоднозначністю досліджуваних економічних явищ і процесів, тому неможливо дати цілісну оцінку цих явищ за допомогою одного показника. Саме таксономічні методи мають потужний арсенал алгоритмів систематизації. Можливою також є побудова узагальнюючої оцінки складного об'єкта або процесу.

Питанням застосування таксономічного аналізу присвячено роботи Плюти В., Ваховської А., Кожушко О., Перепелової В. та ін.

Метою написання статті є визначення інтегрального показника оптимальності структури капіталу із застосуванням методу таксономії.

Для оцінки оптимальності структури капіталу за певний період часу за допомогою методу таксономії можна об'єднати значення кількох показників, що характеризують стан структури капіталу підприємства протягом кількох років, і розрахувати таксономічний показник. Таксономічний показник розраховують за класичним алгоритмом таксономічного аналізу (рис. 1) [1–4].

Вихідними даними для оцінки оптимальності структури капіталу підприємства в динаміці обрано показники, що характеризують структуру капіталу підприємства ПАТ «Трест Житлобуд-1» за 2014–2016 рр., серед них коефіцієнт платоспроможності (автономії), коефіцієнт маневреності власного капіталу, коефіцієнт фінансової стійкості (фінансування), коефіцієнт забезпеченості власними оборотними засобами, коефіцієнт рентабельності власного капіталу (табл. 1) [1–4].

© Барбіна Ю. В., 2018

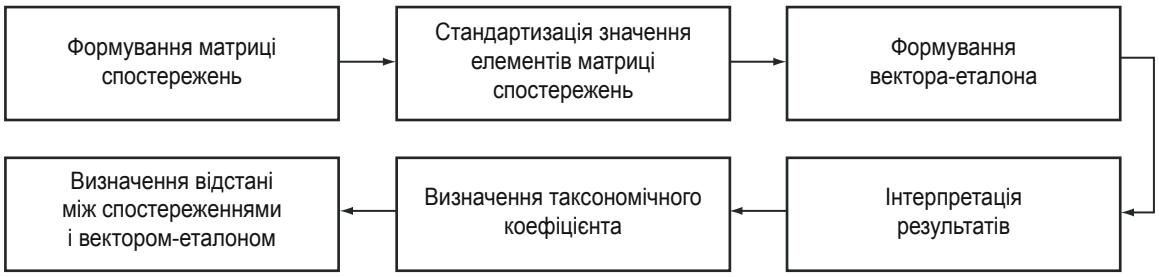


Рис. 1. **Алгоритм проведення таксономічного аналізу**

Таблиця 1

Вихідні дані для розрахунку таксономічного показника оптимальності структури капіталу

Показник	Значення за роками, x_j		
	2014	2015	2016
Коефіцієнт платоспроможності (автономії)	0,649	0,695	0,464
Коефіцієнт маневреності власного капіталу	0,899	0,943	0,857
Коефіцієнт фінансової стійкості (фінансування)	0,021	0,016	0,020
Коефіцієнт забезпеченості власними оборотними засобами	0,617	0,677	0,415
Коефіцієнт рентабельності власного капіталу	0,029	0,025	0,022

На підставі вихідних даних сформуємо матрицю спостережень (табл. 2) [1–4].

Таблиця 2

Матриця спостережень

X	0,649	0,695	0,464
	0,899	0,943	0,857
	0,021	0,016	0,020
	0,617	0,677	0,415
	0,029	0,025	0,022

Для подальшого використання значення показників необхідно стандартизувати з метою нейтралізації їх різної природи й розмірності. Процедуру стандартизації здійснюють за формулою:

$$xs_{ij} = \frac{x_{ij} - \overline{x_i}}{s_i}, \quad (1)$$

де XS_{ij} – стандартизоване значення *i*-го показника *j*-ї групи показників;

X_{ij} – вихідне значення *i*-го показника *j*-ї групи показників;

$\overline{x}_i$ – середнє значення *i*-го показника;

S_i – середньоквадратичне відхилення *i*-го показника [4].

За формулою 1 знаходимо середнє значення та середнє квадратичне відхилення за кожним показником, результати обчислень подано в табл. 3 [4].

Таблиця 3

Результати обчислень середніх значень і середньоквадратичних відхилень

	X ср	*Si*
X	0,603	0,122
	0,899	0,043
	0,019	0,003
	0,570	0,137
	0,025	0,003

Результати стандартизації матриці спостережень за формулою 1 подано в табл. 4 [4].

Таблиця 4

Результати стандартизації матриці спостережень

X	0,380	0,754	-1,134
	-0,008	1,004	-0,996
	0,742	-1,137	0,395
	0,344	0,783	-1,127
	1,078	-0,181	-0,897

Наступним етапом алгоритму є побудова вектора-еталона. Для цього необхідно розподілити ознаки на стимулятори та дестимулятори. Серед показників-стимуляторів доцільно вибрати показники із максимальним за аналізований період значенням, а показників-дестимуляторів – із мінімальним. Усі обрані для аналізу показники належать до стимуляторів, оскільки їх кількісне зростання позитивно впливає на ефективність функціонування підприємства та формування структури його капіталу.

Отже, для обраних показників еталонними є: X_1 = 0,754; X_2 = 1,004; X_3 = 0,742; X_4 = 0,783; X_5 = 1,078. Вектор-еталон має такі координати: P_0 = (0,754; 1,004; 0,742; 0,783; 1,078).

Наступним етапом є зіставлення існуючих значень показників з еталонними для визначення відхилень фактичного результату від можливого. Їх визначають за однією з метрик – евклідовою відстанню – за формулою:

$$d_{0j} = [\sum_{j=1}^{m} (xs_{ij} - xs_{io})^2]^{1/2}, \quad (2)$$

де d_{0j} – відстань між стандартизованими значеннями показників і точками еталона *j*-й групи показників;

Xs_{i0} – еталонне стандартизоване значення *i*-го показника [5].

Аналіз відхилення фактичного значення показника від еталонного дозволяє визначити резерв підвищення рівня використання досліджуваного виду ресурсу. Результати обчислень подано в табл. 5 [5].

Таблиця 5

Відстань між спостереженнями і вектором-еталоном

Показник	Роки		
	2014	2015	2016
Коефіцієнт платоспроможності (автономії)	0,140	0,000	3,566
Коефіцієнт маневреності власного капіталу	1,024	0,000	4,000
Коефіцієнт фінансової стійкості (фінансування)	0,000	3,531	0,120
Коефіцієнт забезпеченості власними оборотними засобами	0,192	0,000	3,645
Коефіцієнт рентабельності власного капіталу	0,000	1,586	3,902

Відстань між окремими спостереженнями і вектором-еталоном є початком для розрахунку показника таксономії. Безпосереднє визначення інтегральних показників використання ресурсів (I_R) здійснюють за формулою:

$$I_R = 1 - \frac{d_{0j}}{d_0}, \text{ де } d_0 = \overline{d_0} + 2S_0; \ \overline{d_0} = \frac{1}{n}\sum_{j}^{n} d_{j0}; \ S_0 = [\frac{1}{n}\sum_{j=1}^{n} (d_{0j} - \overline{d_0})^2]^{1/2}. \quad (3)$$

Результати обчислень подано у табл. 6 [5].

Таблиця 6

Допоміжні елементи визначення інтегрального показника

Показник	Значення
s0	1,13
d0	4,69
d0ср	2,44

Із урахуванням попередніх обчислення знаходимо коефіцієнт таксономії. Результати розрахунків коефіцієнтів таксономії за 2014–2016 рр. подано в табл. 7 [5].

Таблиця 7

Значення таксономічного коефіцієнта оцінки оптимальності структури капіталу

Рік	Значення
2014	0,75
2015	0,52
2016	0,17

Бачимо (табл. 6), що спостерігається зниження значення коефіцієнта таксономії з 0,75 у 2014 р. до 0,17 – у 2016 р. Це свідчить про зниження ефективності використання джерел ресурсів підприємством. Для запобігання подальшому зниженню існує потреба в розробці заходів задля забезпечення ефективності формування структури капіталу підприємства. Чим ближчим є коефіцієнт таксономії до одиниці, тим оптимальнішою є структура капіталу підприємства. Найоптимальніша структура капіталу ПАТ «Трест Житлобуд-1» спостерігалася у 2014 р., оскільки коефіцієнт був найближче до 1.

Таким чином, визначено інтегральний показник структури капіталу підприємства із застосуванням методів таксономічного аналізу. Виявлено негативну тенденцію зміни рівня таксономічного показника у 2014–2016 рр. Це свідчить про те, що обрана суб'єктом господарювання стратегія щодо покращення структури капіталу не є достатньо ефективною. Завданням підприємства є розробка стратегії, за якої буде сформована оптимальна структура капіталу.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Полтініна О. П.

Література: 1. Ваховська А. С. Застосування таксономічного аналізу для оцінки структури капіталу підприємства. *Управління розвитком.* 2014. № 11. С. 64–67. **2.** Плюта В. Сравнительный многомерный анализ в эконометрическом моделировании / пер. с польск. В. В. Иванова. М. : Финансы и статистика, 1989. 175 с. **3.** Кожушко О. Використання методу таксономії для оцінки рівня захисту інтелектуального капіталу промислових підприємств. *Економічний аналіз.* 2010. № 7. С. 286–289. **4.** Перепелова В. В. Застосування таксономічного аналізу для визначення інтегрального показника оцінки фінансового стану підприємства. *Управління розвитком.* 2013. № 18. С. 120–124. **5.** Рєпіна І. М. Таксономічний аналіз ефективності формування та використання активів підприємства. *Формування ринкової економіки.* 2011. № 26. С. 440–452.

МАРКЕТИНГОВА ПОЛІТИКА ПІДПРИЄМСТВА: СУТНІСТЬ І СКЛАДОВІ

УДК 33.021:339.138

Бєлова Я. В.

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

Анотація. *Досліджено сутність маркетингової політики підприємства. Проаналізовано її складові, визначено етапи формування на підприємстві.*

Ключові слова: *підприємство, організація, фінансово-господарська діяльність, маркетинг, маркетингова політика, концепції маркетингу, етапи формування маркетингової політики.*

Аннотация. *Исследована сущность маркетинговой политики предприятия. Проанализированы ее составляющие, определены этапы формирования на предприятии.*

Ключевые слова: *предприятие, организация, финансово-хозяйственная деятельность, маркетинг, маркетинговая политика, концепции маркетинга, этапы формирования маркетинговой политики.*

Annotation. *The essence of the marketing policy of the enterprise is investigated. Analyzed its components, defined the stages of formation in the enterprise.*

Keywords: *enterprise, organization, financial and economic activity, marketing, marketing policy, marketing concepts, stages of marketing policy formation.*

За сучасних умов господарювання важливу роль у функціонуванні підприємства відіграє маркетингова діяльність, у межах якої обґрунтовують маркетингову стратегію та формують маркетингову політику. Розробка маркетингової політики є надзвичайно важливою для забезпечення реалізації на підприємстві стратегічних рішень.

Метою написання статті є дослідження теоретичних аспектів маркетингової політики підприємства, а також етапів її розробки.

Питанням марктингової політики підприємства присвячено роботи як зарубіжних, і так вітчизняних науковців, серед яких слід відзначити *Ламбена Ж.-Ж.*, Котлера Ф., Майкенза *Д.*, Бриггс С., Балабанову *Л.*, Гольдштейна Г., Катаєва А. та ін.

Маркетинговою політикою є план, орієнтований на основну ідею або певні величини, що встановлює основні рамки поведінки, а також описує необхідні оперативні дії [4].

Котлер Ф. та Майкенза *Д.* визначають маркетинг як філософію бізнесу, а маркетингову політику – як управління, адміністрування, менеджмент, стратегічною метою якої є досягнення задоволення визначених потреб та інтересів [2].

Розглянемо підходи різних науковців до визначення сутності поняття маркетингової політики (табл. 1) [2–6].

Таблиця 1

Аналіз підходів різних науковців до визначення сутності поняття маркетингової політики

Автор	Визначення	Ключові слова
Котлер Ф. [2]	Маркетингова політика – набір змінних факторів маркетингу, що підлягають контролю, сукупність яких фірма використовує, прагнучи викликати бажану відповідну реакцію з боку цільового ринку	Набір змінних факторів маркетингу
Бріггс С. [3]	Маркетингова політика – сукупність заходів щодо аналізу, розробки, реалізації, установлення й підтримки вигідних обмінів із цільовим ринком і досягнення цілей підприємства	Сукупність заходів щодо аналізу, розробки, реалізації, установлення й підтримки вигідних обмінів із цільовим ринком і досягнення цілей підприємства
Гольдштейн Г., Катаєв А. [4]	Маркетингова політика – процес отримання обсягу продажів шляхом використання маркетинг-міксу	Маркетинг-мікс
Балабанова Л. [5]	Маркетингова політика є сукупністю взаємопов'язаних елементів маркетингу («4Р»: товар, ціна, комунікації, збут), використосуваних для задоволення потреб ринку	Елементи комплексу маркетингу («4Р»: товар, ціна, комунікації, збут)
Ламбен Ж.-Ж. [6]	Маркетингова політика є класичним комерційним процесом отримання заданого обсягу продажів через використання тактичних засобів	Класичний комерційний процес отримання заданого обсягу продажів

© Бєлова Я. В., 2018

Вважаємо найточнішим визначення маркетингової політики Балабанової *Л.*, у якому акцент зроблено на складових маркетингової політики: товарній і ціновій, політиці збуту, а також політиці маркетингових комунікацій.

1. Товарна політика підприємства є алгоритмом і комплексом управлінських і маркетингових дій, спрямованим на забезпечення конкурентоспроможності товару та ресурсних можливостей підприємств.

Основним завданням товарної політики є створення такого товару чи послуги і такого управління ними, щоб інші елементи маркетингової діяльності або були непотрібні взагалі, або використовувалися мінімально, як допоміжні для досягнення фірмою визначеної мети [7].

Котлер Ф. розглядає товарну політику як багатовимірну й складну сферу діяльності, яка вимагає прийняття рішень щодо конкретних особливостей товарної номенклатури, товарного асортименту, використання марочних назв, упаковки і послуг [2].

Прикладом успішної товарної політики є підприємство «Nestle»: розширення асортименту товару, поліпшення якості через удосконалення технологій виробництва.

2. Збут, тобто діяльність з доведення продукції до споживача. Підприємство визначає для себе, яку збутову схему вибрати: користуватися послугами дилерів, відкрити філію для збуту, розраховувати на дрібних клієнтів.

Балабанова *Л.* визначає збут як діяльність щодо планування, втілення до життя і контролю фізичного переміщення матеріалів і готових виробів від виробників до споживачів задля задоволення запитів споживачів та отримання прибутку [5].

Прикладом збутової діяльності є продаж через телемагазин, а також відкриття реального магазину із цими товарами; так і зробила компанія «TopShop».

3. Маркетингова політика просування передбачає розв'язання задання з формування та стимулювання попиту на товар задля збільшення продажів, посилення їх ефективності та підвищення прибутковості підприємницької діяльності. Саме цій меті передусім має відповідати політика просування або, як її називають, маркетингова комунікаційна політика підприємства [8].

Складовими маркетингової комунікаційної політики підприємства є реклама, засоби стимулювання збуту, система зв'язків із громадськістю («паблік рілейшнз», «public relations» – PR), прямий маркетинг [9].

Рекламою є популяризація товарів і послуг задля привернення уваги покупців, споживачів, замовників та ін. [10].

Засоби стимулювання збуту є тактичним і короткотерміновим засобом маркетингових комунікацій, використовуваними, якщо потрібно швидко забезпечити прискорення збуту товару. До них належать акції, знижки, купони [11].

Паблік рілейшенз (PR) – діяльність, що є спрямованою на досягнення взаєморозуміння та згоди між людьми, соціальними групами, класами, націями, державами на підставі цілеспрямованого формування громадської думки й управління нею [12].

Прямий маркетинг є прямими комунікаціями із визначеним покупцем, найчастіше у формі індивідуалізованого діалогу для одержання негайного відгуку або здійснення угоди. Основою прямого маркетингу є база даних про покупців, що є організованим масивом інформації про постійних або потенційних покупців із зазначенням інформації географічного, демографічного, психографічного характеру, а також даних про поведінку покупців [13].

Гольдштейн Г. і Катаєв А. визначають просування як будь-яку форму повідомлень, інформації, переконання, нагадування споживачам про товари чи послуги [4].

4. Маркетингова цінова політика є комплексом заходів, до якого належать визначення ціни, знижок, умов оплати за товари чи послуги, метою якого є задоволення потреб споживачів і забезпечення прибутку фірми.

Багієв Г. і Тарасович В. вважають, що ціна є грошовим вираженням цінності продукту, послуги і факторів виробництва у процесі обміну [14].

Завдання цінової політики підприємства полягає в тому, щоб установити на свій товар таку ціну і змінювати її залежно від ситуації на ринку в такий спосіб, щоб опанувати певним його сегментом, досягти бажаного обсягу прибутку, тобто вирішити завдання, що є пов'язаними з реалізацією товару у певній фазі його життєвого циклу [15].

Основними цілями цінової політики є:

– збільшення частки ринку: низькі ціни дозволяють збільшувати обсяги продажу та частку ринку;

– поліпшення фінансових показників: існує суттєва залежність фінансових показників підприємства від рівня цін на його товари чи послуги; намагаючись поліпшити фінансові показники, слід пам'ятати, що надвисокі ціни можуть спричинити зменшення кількості і реальних, і потенційних покупців;

–· позиціювання товару: ціна сприяє формуванню іміджу товару, його просуванню й обізнаності споживачів;

– стимулювання попиту: через регулювання ціни можна схилити покупців до придбання нового товару або активізувати попит на традиційний товар у період економічного спаду;

– вплив на конкурентів: ціна може суттєво вплинути на наявних і потенційних конкурентів [5–9].

До цінової політики підприємства належать питання гуртових і роздрібних цін, усі стадії ціноутворення, тактика визначення початкової ціни товару, тактика корекції ціни.

Залежно від того, яку частку має компанія на ринку, розрізняють види маркетингової політики, серед них:

– атакуюча – активна позиція, метою якої є завоювання та розширення частки ринку;

– оборонна – збереження існуючої позиції;

– політика відступу – вимушена політика, метою якої є зменшення витрат [18].

Процес формування маркетингової політики передбачає чотири етапи [9].

Першим етапом формування маркетингової політики є розвиток концепції управління маркетингом на підприємстві. Котлер Ф. виділяє п'ять концепцій управління маркетингом: удосконалення виробництва, удосконалення товару, концепцію інтенсифікації комерційних зусиль, концепцію маркетингу та концепцію соціально-етичного маркетингу [2].

Другим є етап підготовки аналітичної інформації для розробки маркетингової політики, коли відбуваються:

– формування проектної команди;

– аналіз зовнішнього середовища підприємства;

– дослідження конкурентів;

– вивчення споживачів;

– опитування експертів;

– аналіз внутрішніх даних підприємства: елементів існуючої маркетингової політики, процесу взаємодії з клієнтом, структури продажів за регіонами, товарними групами і групами клієнтів, маркетингової інформації для клієнтів [2; 5].

Третім є етап розробки маркетингової політики підприємства, коли відбуваються розробка й узгодження:

– продуктової політики підприємства;

– цінової політики підприємства з урахуванням системи розподілу;

– політики розподілу продуктів підприємства;

– політики просування продуктів підприємства.

Четвертим є етап розробки та затвердження організаційно-розпорядчого документа «Положення про маркетингову політику підприємства».

На цьому етапі послідовно відбуваються:

– розробка й узгодження «Положення про маркетингову політику підприємства»;

– складання наказу про затвердження організаційно-розпорядчого документа «Положення про маркетингову політику підприємства» [2; 5].

Щоб успішно працювати, перспективній компанії необхідно всю свою діяльність орієнтувати на покупця. Усі співробітники повинні розуміти, що купує клієнт, чому він купує саме це, що йому пропонують конкуренти і в який спосіб компанія може якнайкраще передбачити і задовольнити запити споживача.

Таким чином, на сьогодні маркетингова політика відіграє важливу роль у діяльності вітчизняних підприємств. Успіху досягають ті підприємства, які на перше місце ставлять бажання споживачів і покупців, створюють правила, процеси і відділи, що забезпечують краще, ніж у конкурентів, задоволення цих бажань і потреб.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Притиченко Т. І.

Література: 1. Біловодська О. А. Маркетингова політика розподілу : навч. посіб. Київ : Знання, 2011. 496 с. **2.** Котлер Ф. Основы маркетинга / пер. с англ. Е. М. Пеньковой. М. : Прогресс, 1990. 736 с. **3.** Бриггс С. Маркетинг в туризме / пер. с англ. М. Ю. Зарицкой. Киев : Знания, 2005. 358 с. **4.** Гольдштейн Г. Я., Катаев А. В. Маркетинг : учебное пособие. Таганрог : ТРТУ, 1999. 108 с. **5.** Балабанова Л. В., Холод В. В., Балабанова І. В. Маркетинг підприємства : навч. посіб. Київ : Центр навч. літ., 2012. 612 с. **6.** Ламбен Ж.-Ж. Стратегический маркетинг. СПб. : Наука, 1996. 590 с. **7.** Бутенко Н. В. Основи маркетингу : навч. посіб. Київ : Київський університет, 2004. 140 с.

8. Інструменти маркетингових комунікацій. URL: http://stud.com.ua/67175/marketing/instrumenti_marketingovih_komunikatsiy. **9.** Політика просування. Маркетинг. URL: http://stud.com.ua/15063/marketing/politika_prosuvannya. **10.** Реклама. URL: https://uk.wikipedia.org/wiki/Реклама. **11.** Стимулювання збуту. Маркетинг. URL: http://www.info-library.com.ua/books-text-9603. **12.** Зв'язки з громадськістю. URL: https://uk.wikipedia.org/wiki/Зв'язки_з_громадськістю. **13.** Прямий маркетинг. URL: https://uk.wikipedia.org/wiki/Прямий_маркетинг. **14.** Багиев Г. Л., Тарасович В. М. Маркетинг : учебник для вузов. СПб. : Питер, 2012. 810 с. **15.** Дугіна С. І. Маркетингова цінова політика : навч. посіб. Київ : КНЕУ, 2005. 394 с. **16.** Григорчук Т. В. Маркетинг. Київ : Відкритий міжнародний університет розвитку людини «Україна», 2007. 250 с. **17.** Функції маркетингу. URL: https://uk.wikipedia.org/wiki/Функції_маркетингу. **18.** Как происходит разработка маркетинговой политики // Первый элитный блог. URL: https://berichnow.ru/stati/kak-proishodit-razrabotka-marketingovoy-politiki.

СТРАТЕГІЧНИЙ АНАЛІЗ ТА ОЦІНЮВАННЯ ФІНАНСОВОГО СТАНУ ПІДПРИЄМСТВ БУДІВЕЛЬНОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ

УДК 330.338:65.016

Березовська В. П.

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

Анотація. *Розглянуто особливості розвитку вітчизняної будівельної галузі на сучасному етапі. Конкретизовано фактори впливу на стан вітчизняної будівельної галузі із застосуванням PEST-аналізу. Проведено оцінювання й аналіз фінансового стану будівельних підприємств із застосуванням методів кластерного аналізу.*

Ключові слова: *підприємство, організація, виробництво, будівельна галузь, будівельне підприємство, PEST-аналіз, кластерний аналіз.*

Аннотация. *Рассмотрены особенности развития отечественной строительной отрасли на современном этапе. Конкретизированы факторы влияния на состояние отечественной строительной отрасли с применением PEST-анализа. Проведены оценка и анализ финансового состояния строительных предприятий с применением методов кластерного анализа.*

Ключевые слова: *предприятие, организация, производство, строительная отрасль, строительное предприятие, PEST-анализ, кластерный анализ.*

Annotation. *The features of the development of the domestic construction industry at the present stage are considered. The factors affecting the state of the domestic construction industry using PEST-analysis have been specified. The assessment and analysis of the financial condition of construction enterprises using the methods of cluster analysis.*

Keywords: *enterprise, organization, production, construction industry, construction enterprise, PEST-analysis, cluster analysis.*

Будівництво є самостійною галуззю народногосподарського комплексу держави, що виконує важливу роль у створенні умов для динамічного розвитку економіки країни та її регіонів. Підприємства будівельного комплексу України забезпечують інші галузі національного господарства новими основними фондами, виконують роботи чи надають послуги з реконструкції, ремонту та технічного переоснащення діючих об'єктів. Для окремих галузей економіки будівництво є постачальником матеріальної продукції, для інших – споживачем, який визначає динаміку результатів їх діяльності. Саме тому актуальним є дослідження фінансового стану та вивчення середовища функціонування будівельних підприємств для подальшого формування стратегії їх розвитку.

© Березовська В. П., 2018

Питанням стратегічного аналізу зовнішнього середовища суб'єктів господарювання присвячено роботи зарубіжних і вітчизняних дослідників науки про стратегічне управління, серед них Портер М., Стрикленд А., Томпсон А., Ансофф І., Фатхутдінов Р., Шершньова З., Матвійчук А., Василенко В., Віханський С., Оборська С. та ін. Однак, незважаючи на наявність численних теоретичних розробок, подальшого розвитку потребує дослідження умов функціонування підприємств будівельної галузі за допомогою поєднання PEST-аналізу та методів кластерного аналізу, що дають змогу визначити об'єкти з подібним фінансовим станом і виділити закономірності їх розвитку.

У світовій економічній науці аналіз основних факторів зовнішнього макросередовища називають PEST-аналізом (іноді позначають як STEP). Це маркетинговий інструмент, призначений для виявлення політичних (P – political), економічних (E – economic), соціальних (S – social) і технологічних (T – technological) аспектів зовнішнього середовища, які впливають на діяльність підприємства. Цей аналіз має на меті виявити фактори зовнішнього середовища, які найбільше впливають на організацію, а також передбачити динаміку впливу цих факторів (сприятливу чи несприятливу) [5]. У результаті аналізу факторів зовнішнього середовища, які мають непрямий вплив на формування можливостей і загроз для підприємств будівельної галузі, сформовано матрицю PEST-аналізу (табл. 1) [5].

Таблиця 1

Матриця PEST-аналізу будівельної галузі України

Політичні фактори	**Економічні фактори**
Нестабільність правового середовища Нестабільність політичної ситуації Посилення податкового тиску на виробників будівельних матеріалів Постійні зміни в податковому законодавстві Воєнні дії на на сході України Погіршення торговельних стосунків із Росією Недостатня ефективність державних програм розвитку будівельної галузі	Низький рівень інвестицій у галузь Висока вартість банківських кредитів Збільшення фінансово неспроможних підприємств у галузі Зростання рівня інфляції Зростання цін на енергоносії Нестабільність валютного курсу Зростання конкуренції на зовнішньому ринку Низький платоспроможний попит внутрішнього ринку
Соціальні фактори	**Технічні фактори**
Зниження привабливості роботи у будівельній галузі Скорочення чисельності працездатного населення Значний відплив за кордон висококваліфікованих спеціалістів, пов'язаних зі створенням і застосуванням комп'ютеризованих виробництв Значний розрив між рівнем заробітної плати і рівнем потреб працівника Значний відсоток працюючих пенсійного та передпенсійного віку Наявність бази для підготовки та перекваліфікації кадрів	Висока вартість будівельного обладнання Значне зношення активної частини основних фондів Відсутність фінансових механізмів та інструментів, що створюють зацікавленість у інноваціях, а також стимулюють науково-дослідні й дослідно-конструкторські роботи Значний термін упровадження нових технологій Науково-технологічне регулювання Упровадження енергозберігаючих технологій конкурентами

Отже, на діяльність будівельної галузі більше впливають політичні та економічні фактори, ніж технологічні та соціальні.

З огляду на отримані результати можна чітко визначити, що на сьогодні найбільший вплив на будівельні підприємства мають політичні фактори, передусім воєнні дії на сході України, що спричиняє значне зниження обсягів виробництва. Також суттєвим політичним фактором є погіршення торговельних стосунків із Росією – країною, на яку був орієнтований основний експорт продукції підприємства.

На сьогодні експортний вектор потребує зміни напрямку. Ураховуючи тенденції у змінах партнерських взаємовідносин із підприємствами РФ та підприємствами тимчасово окупованої території Автономної Республіки Крим і м. Севастополь, важливо розуміти, що не лише збільшується невизначеність господарської діяльності, але й зростають ризики її ведення, розміри можливих додаткових витрат і втрат, звуження ринків збуту.

Основною причиною вивчення економічних факторів під час проведення PEST-аналізу є створення картини розподілу ресурсів, доступ до яких є найважливішою умовою функціонування підприємства [4]. Найвагомішими із визначених економічних факторів зовнішнього середовища для підприємства є нестабільність валютного курсу та зростання рівня інфляції. Впливом цих факторів зумовлено зменшення активності у діяльності, що потребує довгострокових інвестицій і відмови від залучення кредитів у іноземній валюті.

Іншим економічним фактором, що впливає на розвиток будівельних підприємств, є обсяг інвестицій у галузь. Низькі показники інвестування у будівельну галузь пояснюються нестабільністю політичної та правової ситуації в країні, як наслідок, неможливістю гарантувати прибутковість інвестиційного проекту та стабільний дохід на інвестиції [1; 4].

Отже, проведений аналіз зовнішнього середовища засвідчив, що для будівельної галузі існує чимало загроз, основною причиною яких є нестабільне політичне становище та низький рівень розвитку економіки держави.

У зв'язку із цим основною умовою успішної діяльності будівельного підприємства стає його гнучкість і здатність швидко та вчасно пристосовуватися до динамічного зовнішнього середовища. Однак, за оцінкою значущості факторів зазначимо, що жодний із них не загрожує існуванню підприємства за умови прийняття зважених стратегічних та оперативних рішень на підставі постійного моніторингу зовнішнього середовища підприємства [1; 5].

У зв'язку із постійним коливанням кон'юнктури споживчого ринку та нестабільністю економічного стану суб'єктів господарювання зростають потреби та вимоги до процедури оцінювання ефективності діяльності будівельних підприємств та інтерпретації результатів дослідження, що зумовлено погіршенням фінансових показників, зростанням витрат обігу, зниженням платоспроможного попиту, зменшенням обсягів чистого прибутку.

Сучасний методичний інструментарій оцінювання ефективності діяльності будівельних підприємств представлений широким спектром методів і видів економічного аналізу та діагностики, які дають змогу здійснити відповідну оцінку, проаналізувати вплив факторів на результативні показники господарювання, розробити напрями підвищення ефективності господарювання й оптимізації господарського процесу за напрямами функціонування будівельних підприємств. Серед сучасних методів і видів економічного аналізу вагоме місце посідає кластерний аналіз, який дає змогу здійснювати оцінку фінансового стану будівельних підприємств за відповідними ознаками групування. Кластерний аналіз є методом багатомірного статистичного дослідження, що дає змогу упорядковувати досліджувані об'єкти у відносно однорідні, подібні між собою групи. У табл. 2 наведено початкові дані для проведення кластерного аналізу. Головною умовою ефективного функціонування підприємства за умов ринкового середовища є стійкість його економіки. Внутрішня стійкість досягається за такого стану економіки суб'єкта господарювання, який забезпечує досить високий фінансовий результат його діяльності [1; 5].

Групування підприємств проводилося за коефіцієнтами фінансового ризику та валової рентабельності активів [1; 5].

Таблиця 2

Початкові дані для проведення кластерного аналізу підприємств будівельної галузі України

	Підприємство	Коефіцієнт фінансового ризику		Коефіцієнт валової рентабельності активів	
		2015	2016	2015	2016
1	ПАТ «Трест Житлобуд-1»	62,19	49,80	0,0158	0,0066
2	ПАТ «Південспецбуд»	42,68	32,77	0,0026	0,0043
3	ПАТ «Мостобуд»	3,04	0,96	0,0024	0,0015
4	ПАТ «Київпроект»	0,1	0,17	0,07	0,05
5	ТОВ «Оргкровля і К°»	9.91	12.53	0,0724	0,0462
6	ПАТ «Сумбуд»	10,13	15,76	0,0045	0,0026
7	ПАТ «Холдингова компанія «Київміськбуд»	0,07	0,08	0,02	0,03
8	ПАТ «ІБК «Авантаж»	1,01	0,53	0	0
9	ПАТ «Карпаткурортбуд»	0,19	0,25	0	0,1821
10	ПАТ «Шляхово-будівельне управління № 41»	3,01	2,03	0,0149	0,0054

Використання ієрархічного методу кластеризації методу «Single Linkage» (Ward's method) дало змогу висунути припущення про наявність у 2017 р. трьох груп будівельних підприємств з подібним фінансовим станом (рис. 1) [4]. Перевірку припущення здійснено методом k-середніх, результати застосування якого подано в табл. 3 [1; 5].

До першого кластера ввійшли підприємства з максимальним значенням коефіцієнта фінансового ризику, а також ті, що мають середнє значення коефіцієнта валової рентабельності активів: ПАТ «Житлобуд-1» та ПАТ «Південспецбуд». До другого кластера увійшли підприємства, що мають оптимальний рівень коефіцієнта фінансового ризику та найвищий рівень коефіцієнта валової рентабельності активів: ПАТ «Карпаткурортбуд». До третього кластера увійшли підприємства з високим значенням коефіцієнта фінансового ризику та від'ємним значенням коефіцієнта валової рентабельності активів: ПАТ «Мостбуд», ПАТ «Київпроект», ТОВ «Оргкровля і К°», ПАТ «Сумбуд», ПАТ «Холдингова компанія», ПАТ «ІБК «Авантаж» і ПАТ «Шляхово-будівельне управління № 41».

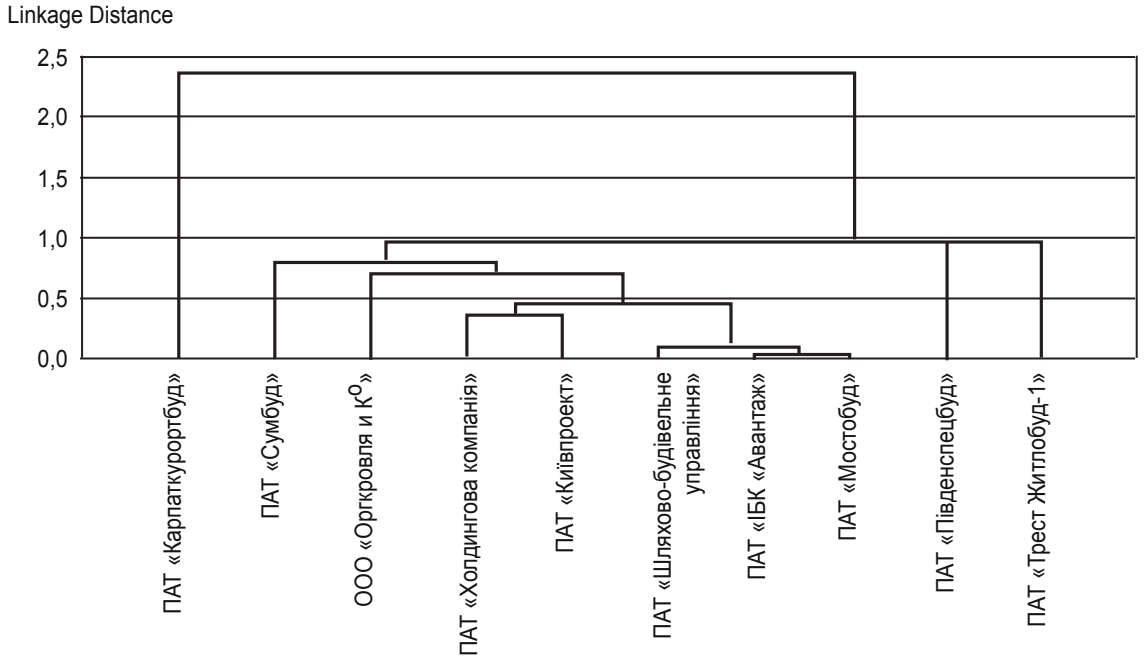


Рис. 1. **Вертикальна дендрограма кластерного аналізу за методом Single Linkage**

Таблиця 3

Результати групування будівельних підприємств за рівнем їх фінансового стану за методом k-середніх, 2017 р.

1-й кластер	2-й кластер	3-й кластер
1. ПАТ «Південспецбуд» 2. ПАТ «Трест Житлобуд-1»	ПАТ «Карпаткурортбуд»	1. ПАТ «Мостобуд» 2. ПАТ «Київпроект» 3. ТОВ «Оргкровля і К°» 4. ПАТ «Сумбуд» 5. ПАТ «Холдингова компанія «Київміськбуд» 6. ПАТ «ІБК «Авантаж» 7. ПАТ «Шляхово-будівельне управління № 41»

Таким чином, проведені стратегічний і кластерний аналіз дали змогу діагностувати умови функціонування підприємств будівельної галузі України, визначити зовнішні фактори, під впливом яких відбувається діяльність суб'єктів підприємництва, здійснити їх групування за рівнем ефективності використання капіталу та особливостями його структури. Отримані результати формують передумови для розробки стратегії подальшого розвитку будівельних підприємств, чому і мають бути присвячені подальші дослідження

Науковий керівник – канд. екон. наук, старший викладач Лелюк С. В.

Література: 1. Биба В. В., Гаташ В. С. Стан та перспективи розвитку будівельної галузі України. *Збірник наукових праць Полтавського національного технічного університету.* 2013. № 4 (39). С. 3–9. **2.** Савицька Г. В. Економічний аналіз діяльності підприємства. Київ : Знання, 2005. 662 с. **3.** Матвійчук А. В. Контрольні провадження в галузі будівництва : автореф. дис. … канд. юрид. наук : 12.00.07. Київ : НУБіП України, 2010. 19 с. **4.** Ромасько В. О. Державний контроль у сфері будівництва : адміністративно-правові засади : автореф. дис. … канд. юрид. наук : 12.00.07. Харків : ХНУВС, 2010. 18 с. **5.** Александров І. О. Фінансова стратегія підприємства. *Наукові праці Донецького національного технічного університету.* 2003. № 65. С. 121–128.

SWOT-АНАЛІЗ БУДІВЕЛЬНОГО КОМПЛЕКСУ УКРАЇНИ

УДК [005.52:005.33]:624(477)

Березовська Ю. П.

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

Анотація. *Досліджено стан вітчизняного будівельного комплексу в цілому, а також суб'єктів малого підприємництва на прикладі ТОВ «Оргкровля і К°». Проведено діагностику ресурсів і можливостей підприємства й галузі в цілому.*

Ключові слова: *підприємство, організація, виробництво, будівельна галузь, будівельне підприємство, SWOT-аналіз, можливості, загрози, сильні сторони, слабкі сторони.*

Аннотация. *Исследовано состояние отечественного строительного комплекса в целом, а также субъектов малого предпринимательства на примере ООО «Оргкровля и К°». Проведена диагностика ресурсов и возможностей предприятия и отрасли в целом.*

Ключевые слова: *предприятие, организация, производство, строительная отрасль, строительное предприятие, SWOT-анализ, возможности, угрозы, сильные стороны, слабые стороны.*

Annotation. *The state of the domestic construction complex as a whole, as well as small businesses, was studied using the example of Orgkrovlya and Co. LLC. Diagnostics of the resources and capabilities of the enterprise and the industry as a whole.*

Keywords: *enterprise, organization, production, construction industry, construction enterprise, SWOT-analysis, opportunities, threats, strengths, weaknesses.*

Будівельна галузь України є однією з провідних галузей економіки, від якої залежить функціонування системи господарювання. Вона належить до основних галузей національної економіки та відображає рівень розвитку країни в цілому. Якщо прослідкувати вплив світової економічної кризи на народногосподарський комплекс, можна помітити, що вітчизняна будівельна галузь постраждала від неї майже першою [5]. Як результат, скорочення обсягів будівництва житлових і промислових об'єктів по всій території України, зменшення кількості інвестицій у галузь з боку вітчизняних і зарубіжних компаній. Саме тому потрібно постійно аналізувати інформацію про стан зовнішнього та внутрішнього середовища розвитку будівельної галузі країни, оскільки стабільний фінансовий стан будівельного комплексу сприяє покращенню економічної ситуації в державі

Дослідженням цієї тематики займалися і займаються чимало науковців, серед них Дибб С., Дойль П., Беркут А., Волкова О., Рогожина П., Білега О., Крисько Ж. та ін. Однак, ґрунтовнішого дослідження потребують питання реалізації стратегічного аналізу задля визначення середовища функціонування будівельних підприємств України.

Метою написання статті є визначення стану будівельного комплексу України, а також стану суб'єкта малого підприємництва на прикладі ТОВ «Оргкровля і К°» із застосуванням SWOT-аналізу.

Несприятлива сучасна економічна ситуація негативно позначилася на фінансовому стані підприємств і організацій будівельної галузі. Воєнні дії та девальвація роблять фінансово-економічну кризу особливо болючою для більшості підприємств будівельної галузі. Середнє значення частки збиткових підприємств у загальній кількості будівельних організацій за останні сім років перевищує 37 %, тобто чи не більшість підприємств є нерентабельними [6].

Така статистика на сьогодні є пов'язаною з високим рівнем витрат на будівельно-монтажні роботи, низькою окупністю техніки та інвестиційних проектів. Ще одним важливим фактором стало різке падіння інвестиційної активності в державі. Країна вимушена скорочувати фінансування будівельних проектів, а це означає, що місцеві бюджети не матимуть коштів на проведення ремонту чи будівництво доріг, шкіл, лікарень та інших об'єктів соціального призначення.

Загальна кількість вітчизняних будівельних підприємств сьогодні становить 640,545 тис. одиниць, із них великі та середні – 2,8 тис., тобто в основному вітчизняна будівельна галузь представлена малими підприємствами [4].

За даними Державної служби статистики України, станом на 2017 р. у державній формі власності перебувають лише 7,9 % будівельних підприємств і організацій, більша ж їх частка функціонує на засадах організаційної самостійності [5].

© Березовська Ю. П., 2018

На сьогодні можна сказати, що в будівельній галузі своєчасно й послідовно здійснено роздержавлення та розукрупнення підприємств-монополістів, що сприяло створенню конкурентного середовища, зміні принципів побудови взаємовідносин учасників інвестиційного процесу.

Будівельний комплекс України нині має нестійку тенденцію розвитку, причиною чого є низка як внутрішніх, так і зовнішніх загроз, яких зазнають підприємства. Однак, будівельна галузь є однією з найважливіших у промисловості будь-якої індустріально-розвиненої країни, тому актуальним є дослідження сильних і слабких сторін, можливостей і загроз розвитку будівельного комплексу.

Для вирішення цього питання доцільним є проведення SWOT-аналізу підприємств будівельної галузі, сутністю якого є розділення факторів та явищ, що впливають на функціонування і розвиток підприємств, на чотири категорії: strengths (сильні сторони), weaknesses (слабкі сторони), opportunities (можливості), threats (загрози) Сформовану матрицю SWOT-аналізу подано в табл. 1 [1; 3].

Таблиця 1

Матриця SWOT-аналізу для підприємств будівельної галузі України

Сильні сторони	**Слабкі сторони**
1. Інвестиційний потенціал зі сторони населення на ринку житла. 2. Ефективна політика ціноутворення. 3. Ефективна збутова політика на території всієї України. 4. Визнання будівельної сфери пріоритетним напрямом розвитку в Україні	1. Низький рівень доходів населення. 2. Низька ефективність просування на зарубіжні ринки. 3. Недостатня кількість кваліфікованих кадрів, фахівців і робітників галузі. 4. Брак коштів і досить висока збитковість підприємств будівельної галузі. 5. Низький внесок будівельної галузі у ВВП країни. 6. Низька інноваційна активність. 7. Використання неякісних матеріалів і дешевої робочої сили, чим спричинено низьку якість готової продукції. 8. Збільшення кількості малих підприємств і зменшення великих і середніх підприємств
Можливості	**Загрози**
1. Наявність програми поліпшення якості будівництва. 2. Соціально-політична стабільність, що сприяє розвитку як економіки країни в цілому, так і розвитку окремих її галузей. 3. Партнерство з банківською сферою для реалізації будівельних і фінансових проектів і вдосконалення механізму іпотечного кредитування та системи застави за квартиру для залучення населення середнього та нижче середнього класів. 4. Залучення зарубіжних інвесторів. 5. Зменшення кількості будівель та інженерних споруд незавершеного будівництва	1. Нестабільна політична ситуація в країні, недосконале, часто змінюване законодавство. 2. Поява нових конкурентів на ринку. 3. Зменшення рентабельності будівництва типового житла. 4. Відсутність або недостатність державних заходів для розвитку будівельної галузі. 5. Нестабільність курсів світових валют. 6. Посилення податкового тиску на виробників будівельних матеріалів. 7. Інфляція. 8. Виникнення труднощів під час укладання договорів зі споживачами та постачальниками. 9. Зростання світової фінансової кризи. 10. Загроза збільшення відсоткових ставок та умов кредитування, чим спричинено недоступність та нестачу фінансових ресурсів

Результати проведеного SWOT-аналізу підприємств будівельної галузі свідчать, що цей сектор економіки перебуває у незадовільному стані. Більшість підприємств мають проблеми, що є пов'язаними із втратою фінансової стійкості. Таким підприємствам потрібно збільшувати розмір обігових коштів, підвищувати свою інноваційну активність, зростання якої сприятиме додатковому залученню клієнтів, зростанню інвестиційної привабливості підприємства для кредиторів [3].

Для забезпечення конкурентоспроможності підприємств будівельної галузі слід приділяти увагу якості будівництва, оскільки недостатня кількість кваліфікованих працівників призводить до високого ступеня незадоволення споживачів якістю виконуваних робіт, а недостатня кількість кваліфікованих робітників виникає через низький рівень заробітних плат і заборгованість перед робітниками.

В України будівельна галузь в основному представлена малими підприємствами, тому необхідним є проведення дослідження можливостей і загроз будівельному комплексу на прикладі одного з таких підприємства – ТОВ «Оргкровля і К°», яке займається переважно електромонтажними та проектно-вишукувальними роботами. Основні конкурентні особливості ТОВ «Оргкровля і К°» подано в табл. 2 [3–6]. Результати проведеного SWOT-аналізу дещо відрізняються від загальних умов функціонування підприємств будівельної галузі (табл. 1). Досліджуване підприємство має чимало слабких сторін і загроз його діяльності.

Таблиця 2

Матриця SWOT-аналізу ТОВ «Оргкровля і К°»

Сильні сторони	**Слабкі сторони**
1. Висока якість надаваних послуг. 2. Нижчі порівняно з конкурентами ціни. 3. Вивчений ринок і потреби покупців. 4. Високий ступінь дотримання договірних зобов'язань щодо кінцевих споживачів. 5. Гарна репутація щодо надання послуг	1. Низька інвестиційна привабливість. 2. Розміри діяльності є надто малими, щоб вплинути на ринкову ситуацію. 3. Низька прибутковість діяльності підприємства. 4. Нестача обігових коштів
Можливості	**Загрози**
1. Можливість розширення асортименту послуг для задоволення потреб споживачів. 2. Партнерство із постійними постачальниками якісних матеріалів	1. Посилення конкуренції на ринку надання будівельних послуг. 2. Загроза посилення вимог споживачів до надання послуг. 3. Загроза підвищення курсу іноземної валюти, що може спричинити зростання цін на будівельні матеріали та зменшення попиту на послуги. 4. Нестабільна політична ситуація в країні; недосконале, часто змінюване законодавство

Отже, для підвищення ефективності діяльності підприємства та його конкурентоспроможності важливо збільшити кількість замовлень підприємства шляхом підтримки існуючих послуг та їх розширення, що забезпечить підприємство постійними замовленнями. Також необхідним є оволодіння новими технологіями та новими видами послуг, що можливо за наявності висококваліфікованого персоналу, якого у підприємства, на жаль, замало з огляду на періодичність виплати заробітної плати та незадовільні умови праці в цілому.

Обсяг замовлень можна розширити за допомогою мережі Інтернет, просуваючи в такий спосіб підприємство та збільшуючи його пізнаваність на ринку. Для цього необхідною є розробка відповідного сайту підприємства, що міститиме вичерпну інформацію про надання послуг, оскільки існуючий є недостатньо інформативним. Ефективним у цьому питанні є забезпечення підприємства замовленнями споживачів [2; 3].

Важливо підвищувати конкурентоспроможність підприємства шляхом випуску нових послуг та оволодіння новими технологіями, але знов постає питання недостатності кваліфікованих кадрів. Позиція підприємства є несприятливою, однак, з огляду на можливості розвитку підприємства, можна очікувати встановлення позитивного балансу підприємства і налагодження споживчих зв'язків.

Таким чином, для підвищення ефективності діяльності в будівельній галузі необхідно більше уваги приділяти стратегії збільшення обсягів фінансування шляхом залучення вітчизняних і зарубіжних інвесторів, а також стратегії врахування якості будівництва та якості будівельних матеріалів. Підвищення якості надання послуг дасть змогу збільшити продуктивність праці на підприємствах, забезпечить ефективне використання основних фондів, економію сировини, матеріалів, палива та енергії, що, у свою чергу, сприятиме підвищенню конкурентоспроможності галузі в цілому та його окремих підприємств. Наведені результати стратегічного аналізу формують передумови для подальшого дослідження факторів і детермінантів стратегічних рішень і формування фінансової стратегії підприємств вітчизняної будівельної галузі.

Науковий керівник – канд. екон. наук, старший викладач Лелюк С. В.

Література: 1. Білега О. В. Базові засади стратегічного аналізу підприємств будівельної галузі. *Аграрний вісник Причорномор'я.* 2010. № 53. С. 32–38. **2.** Крисько Ж. Аналіз середовища реструктуризації підприємств будівельної галузі. *Економічний аналіз.* 2012. № 10. С. 203–206. **3.** Євка В. Г., Паліга Н. Б. Послідовність розробки стратегії антикризового регулювання будівельної галузі. *Економіка будівництва і міського господарства.* 2009. № 1. С. 41–50. **4.** Статистичний збірник «Україна у цифрах». URL: http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/publ1_u.htm. **5.** Стан та перспективи розвитку будівельної галузі у 2016 р. (інфографіка). URL: http://budport.com.ua/articles/659-stan-ta-perspektivi-rozvitku-budivelnoj-galuzi-u-2016-roci-infografika. **6.** Статистична інформація // Офіційний сайт Державної служби статистики України. URL: http://www.ukrstat.gov.ua.

СВІТОВА ВАЛЮТНО-ФІНАНСОВА СИСТЕМА: СУТНІСТЬ, ЕЛЕМЕНТИ ТА ЕТАПИ РОЗВИТКУ

УДК 351.7

Бобро М. К.

Студент 2 курсу
фінансового факультету ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Досліджено сутність та особливості процесу становлення сучасної світової валютно-фінансової системи. Конкретизовано сутність міжнародної та резервної валюти. Проаналізовано сучасний стан європейської валютної системи як невід'ємної складової системи міжнародних фінансів.*

Ключові слова: *фінанси, валюта, валютно-фінансова система, етапи розвитку валютно-фінансової системи, європейська валютна фінансова система.*

Аннотация. *Исследованы сущность и особенности процесса становления современной мировой валютно-финансовой системы. Конкретизирована сущность международной и резервной валюты. Проанализировано современное состояние европейской валютной системы как неотъемлемой составляющей системы международных финансов.*

Ключевые слова: *финансы, валюта, валютно-финансовая система, этапы развития валютно-финансовой системы, европейская валютная финансовая система.*

Annotation. *The essence and features of the process of formation of the modern world monetary and financial system are investigated. Concretized the essence of the international and reserve currency. The current state of the European monetary system as an integral component of the international finance system is analyzed.*

Keywords: *finance, currency, monetary system, stages of development of the monetary system, the European monetary system.*

Однією з невід'ємних складових системи міжнародних фінансів є світова валютно-фінансова система, без якої неможливо здійснювати фінансові та торговельні операції між суб'єктами з різних країн. Від її функціонування залежить ефективність здійснення будь-якої міжнародної діяльності, що є пов'язаною із забезпеченням економічного та соціального розвитку суб'єктів господарювання, міжнародних організацій, інститутів і держав. Саме тому дослідження сучасного стану валютно-фінансової системи є надзвичайно актуальним.

Питання теоретичних основ функціонування та становлення валютно-фінансової системи як складової системи міжнародних фінансів досліджували у своїх наукових працях Алле М., Сорос Д. Бойцун О., Черемісова Т. Але науковці свою увагу акцентували на глобалізації як на найголовнішому із факторів її розвитку, водночас питання характеристики сучасного стану валютно-фінансової системи на сьогодні досліджено не повністю.

Метою написання статті є розкриття сутності та характеристика етапів становлення світової валютно-фінансової системи, виявлення особливостей сучасної європейської валютної системи як невід'ємної складової валютно-фінансової системи у контексті розвитку системи міжнародних фінансів.

Валютно-фінансова система є сукупністю способів, інструментів та органів (інститутів), за допомогою яких здійснюються грошові розрахунки в межах світового господарства [1].

Головними елементами валютно-фінансової системи є резервні національні та міжнародні (наднаціональні) валютні одиниці, механізм валютних паритетів і курсів валют, міжнародні валютні ринки та ринки золота, система міжнародного кредитування, а також міждержавні валютно-фінансові організації глобального рівня. Завдяки всім цим елементам відбувається функціонування валютно-фінансової системи для забезпечення необхідних умов здійснення відтворювального процесу [2].

Головні завдання світової валютної системи полягають у забезпеченні ефективного опосередкування платежів за експорт та імпорт товарів, капіталу, послуг та інших видів міжнародної діяльності; реалізації механізмів установлення курсових співвідношень між національними грошовими одиницями різних країн і безперебійного функціонування економічної системи [3].

Отже, валютно-фінансова система є основним інструментом виконання головної функції системи міжнародних фінансів – забезпечення умов для здійснення збалансованого відтворювального процесу.

Однак, перш ніж світова валютно-фінансова система набула сучасних структури та змісту, вона зазнала чимало перетворень. Процес формування світової валютної системи розподіляють на чотири етапи.

© Бобро М. К., 2018

Етап 1-й: існування золотомонетного стандарту – Паризька валютна система 1867 р. В основу Паризької валютної системи було покладено золотомонетний стандарт, і кожна із національних валют мала золотий зміст. Відповідно до золотого змісту встановлювалися золоті паритети.

Етап 2-й: золотозлитковий і золотодивізійний стандарт – Генуезька валютна система 1922 р. В її основу було покладено золотодевізний стандарт, сформований на золоті та провідних валютах, конвертованих у золото. Принципову основу Генуезької валютної системи складали золото і девізи – іноземні валюти; зберігалися також і золоті паритети.

Етап 3-й: Бреттон-Вудська валютна система 1944 р. У цій системі зберігалася роль золота як загального еквівалента, платіжного засобу та розрахункової одиниці у міжнародному обігу. Система базувалася на принципі фіксованих валютних курсів, що мало суттєве значення для розвитку зовнішньої торгівлі.

Етап 4-й: Ямайська валютна система 1976 р., яка набула сили після ратифікації угоди державами-учасницями з квітня 1978 р. та юридично закріплювала демонетизацію золота. Основними принципами Ямайської валютної системи є існування кількох ключових валют, витіснення золота з міжнародних розрахунків, скасування золотих паритетів валют та офіційної ціни на золото, офіційне визначення плаваючих валютних курсів [4].

Отже, сучасна світова валютна система функціонує за принципами, прийнятими на Ямайській конференції 1976 р.

Аналізуючи складові валютної системи, слід детальніше зупинитися на таких поняттях, як міжнародна (або регіональна) валюта та резервна валюта.

Міжнародна (регіональна) валюта – міжнародна або регіональна грошова розрахункова одиниця, платіжний та резервний засіб. Прикладом регіональної міжнародної валюти може бути євро.

Резервна валюта являє собою валюту, у якій країни тримають свої ліквідні міжнародні резервні активи, що є необхідними для покриття боргів [3].

Функціями резервної валюти є функція міжнародного платіжного та резервного засобу, функція бази визначення валютного паритету і валютного курсу для інших країн. Резервну валюту використовують для проведення валютної інтервенції задля регулювання курсу валют країн – учасниць світової валютної системи [2].

На сьогодні у світі існують п'ять валют, що набули статусу резервної: долар, євро, фунт стерлінгів, єна та юань. Однак, набуття валютою статусу резервної є дуже тривалим процесом, оскільки для цього валюта та країна, національною грошовою одиницею якої вона є, мають відповідати певним вимогам.

Необхідними передумовами набуття статусу резервної валюти є передові позиції країни у світовому виробництві, експорті товарів і капіталів, у золотовалютних резервах; вільна конвертованість валюти; розвинена мережа кредитно-банківських установ, у тому числі за кордоном; упровадження валюти у міжнародний обіг через банки й міжнародні валютно-кредитні та фінансові установи; організований і ємний ринок позичкових капіталів [2].

Європейська валютна система (ECS – European Currency System, ЄВС) є яскравим прикладом однієї з найуспішніших регіональних валютних систем, створення якої базувалося на принципах:

– уведення екю – європейської валютної одиниці, вартість якої визначалася на основі валютного кошика, що охоплював валюти 12 країн – членів європейської валютної системи, і зваженої з урахуванням параметрів як зовнішньої торгівлі, так і валового внутрішнього продукту;

– використання золота як реальних резервних активів; було створено сумісний золотий фонд як результат об'єднання 20 % офіційних золотих резервів для часткового забезпечення емісії екю;

– уведення для реалізації режиму валютних курсів сумісного плавання валют у формі «європейської валютної змії» в установлених межах (2,25 % від центрального курсу, з серпня 1993 р. – 15 %);

– міждержавне регіональне валютне регулювання через надання центральним банкам кредитів для покриття тимчасового дефіциту платіжних балансів і розрахунків, що є пов'язаними з валютними інтервенціями [3; 4].

На сьогодні екю виведено з обігу, а замість нього використовується інша валюта – євро. Спочатку ця валюта поширювалася тільки безготівково, що розпочалося з 1 січня 1999 р. Через три роки, 1 січня 2002 р., євровалюта потрапила і до готівкового обігу у вигляді банкнот і монет. При цьому перші два місяці після введення можна було використовувати і національну валюту, за винятком кількох країн. До закінчення цього часу необхідно було обміняти валюту країни на євро. Вартість для конвертації складалася для кожної країни індивідуально: так, курс євро у Португалії дозволяв отримати одиницю за 200,4 ескудо, а на Кіпрі – за 0,585 кіпрських фунтів [4].

Нині євро є однією з основних світових резервних валют, нею торгують на більшості фінансових бірж і ринків. Власне створення європейської валютної системи було спричинене прагненням Західної Європи забезпечити фінансову стабільність і самостійність шляхом ослаблення залежності європейських валют від долара, протистояти конкуренції із США.

На даний момент основними цілями європейської валютної системи є створення зони стабільних валютних курсів у Європі; міждержавне регіональне валютне регулювання; зближення економічних і фінансових політик країн – учасниць європейської валютної системи. Отже, ЄВС являє собою європейський фінансовий центр, створений для забезпечення стабільності та самостійності фінансової системи Західної Європи [3; 4].

Таким чином, на підставі проведеного дослідження можна зробити висновок, що валютно-фінансова система опосередкує платежі за експорт та імпорт товарів, капіталу, послуг та інших видів міжнародної діяльності, а також реалізує механізми встановлення курсових співвідношень між національними грошовими одиницями різних країн і міжнародний поділ праці, є основою системи міжнародних фінансів. Європейська валютна система є однією з невід'ємних складових успішного функціонування міжнародної валютно-фінансової системи, що в процесі регулювання й удосконалення міжнародних валютних відносин виконує чимало функції.

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

Література: 1. Світова валютно-фінансова система та етапи її еволюції. URL: https://pidruchniki.com/12091120/finansi/svitova_valyutno-finansova_sistema_evolyutsiya. **2.** Кравчук Н. Я., Пруський О. С., Колісник О. Я. Міжнародні фінанси : навч. посіб. Тернопіль : Вектор, 2011. 320 с. **3.** Європейська валютна система. Міжнародні фінанси. URL: https://pidruchniki.com/1208070244204/finansi/yevropeyska_valyutna_sistema. **4.** Історія європейської валюти. URL: http://bigenergy.com.ua/statti/novini/481-istoriya-yevropejskoi-valyuti--valutadp.html.

PEST-АНАЛІЗ ХАРЧОВОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ

УДК 321.124.2:351.8

Бойко О. М.

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

Анотація. *Досліджено сутність та особливості застосування PEST-аналізу. За його допомогою здійснено аналіз зовнішнього середовища підприємств харчової галузі України у конкурентному середовищі функціонування. Визначено політичні, економічні, технологічні та соціокультурні фактори впливу на харчову галузь.*

Ключові слова: *підприємство, організація, харчова галузь, зовнішнє середовище, стратегічний аналіз, PEST-аналіз.*

Аннотация. *Исследована сущность и особенности применения PEST-анализа. С его помощью проведен анализ внешней среды предприятий пищевой отрасли Украины в конкурентной среде функционирования. Определены политические, экономические, технологические и социокультурные факторы влияния на пищевую отрасль.*

Ключевые слова: *предприятие, организация, пищевая отрасль, внешняя среда, стратегический анализ, PEST-анализ.*

Annotation. *The essence and features of the application of the PEST-analysis are investigated. With its help, the analysis of the environment of the food industry of Ukraine in a competitive operating environment The political, economic, technological and socio-cultural factors influencing the food industry are identified.*

Keywords: *enterprise, organization, food industry, external environment, strategic analysis, PEST analysis.*

© Бойко О. М., 2018

Однією з головних умов ефективного функціонування будь-якого підприємства є чітко сформована стратегія його поводження. Правильно обрана стратегічна політика підприємства у фінансовому аспекті не тільки допоможе закріпити позиції на ринку, але й сприятиме позитивній тенденції розвитку підприємства в цілому.

Питанням забезпечення формування та реалізації стратегії розвитку підприємств присвячено численні наукові праці зарубіжних і вітчизняних науковців: Друкера П., Герета Т., Бланка І., Духоніна Є., Лукіної Ю., Кіндрацької Г., Мостенської Т., Рибінцева В. та ін. Але і донині залишаються невирішеними питання щодо єдиної послідовності етапів процесу формування процедури аналізу.

Стратегічний аналіз зовнішнього середовища є комплексним дослідженням зовнішнього середовища організації задля оцінки можливостей та загроз і розробки оптимальної економічної стратегії на основі вибору з-поміж можливих альтернатив [1; 2].

Метою написання статті є проведення стратегічного аналізу діяльності підприємства харчової галузі України із використанням PEST-аналізу як методу стратегічного планування.

PEST-аналіз – це маркетинговий інструмент, призначений для виявлення політичних (P – political), економічних (E – economic), соціальних (S – social) і технологічних (T – technological) аспектів зовнішнього середовища, що впливають на діяльність підприємства. Цей аналіз має на меті виявлення факторів зовнішнього середовища, які найбільше впливають на організацію, а також передбачення динаміки впливу цих факторів (сприятливої чи несприятливої) [3].

Аналіз зовнішнього середовища слід здійснювати за планом.

1. Формування чотирьох груп факторів впливу зовнішнього середовища; найчастіше до них належать фактори:

– політико-правові (P – Political): податкова політика, торговельна політика, воєнні дії, трудове законодавство, стабільність влади;

– економічні (E – Economic): рівень інфляції, курс валют, рівень безробіття, темпи зростання в економіці, кредитно-грошова бюджетна політика;

– соціальні (S – Social): відношення доходів, демографічні показники, структура населення, культура формування заощаджень, освіта;

– технологічні (T – Technological): ступінь розвитку інновацій, рівень використання технологічних процесів, витрати на проведення розробок, ступінь доступу до інноваційних технологій.

2. Експертним шляхом для кожного фактора встановлюється вага та бал. Вага фактора відображає його значущість у групі. Бал фактора встановлюється за шкалою від 1 до 5 і відображає ступінь урахування цього фактора у діяльності суб'єкта господарювання.

3. Перевірка узгодженості думок експертів.

4. Оцінюється кожний фактор PEST-аналізу як добуток ваги та балу, а також надається сумарна оцінка для кожної з чотирьох груп.

5. Визначаються фактори зовнішнього середовища найбільшого й найменшого впливу на діяльність суб'єкта господарювання [5].

Проведемо такий аналіз для сучасного вітчизняного підприємства харчової промисловості. Для аналізу сформовано складові за окремими групами факторів, що, на думку автора та експертів у харчовій галузі, є найбільш значущими (табл. 1–4) [1; 2; 5].

Таблиця 1

PEST-аналіз групи факторів «Політика»

P Політика	Екс1	Екс 2	Екс 3	Екс 4	Екс 5	Вага	Середня оцінка	Оцінка з поправкою на вагу
Воєнні дії	5	4	3	4	4	0,35	4	1,4
Законодавство	3	3	4	4	3	0,25	3.4	0,85
Податкова політика	3	4	4	3	3	0,15	3.4	0,51
Трудове законодавство	4	3	4	3	4	0,1	3.6	0,36
Стабільна влада	3	4	3	4	4	0,15	3.6	0,54
Разом						1		3,66

Наступним етапом слід провести розрахунки у матричному вигляді; розподілимо фактори за зменшенням (табл. 5) [1; 2; 5].

Отримані результати дають підстави стверджувати, що політична та економічна ситуація в країні залишається дуже важкою й непередбачуваною не тільки для агропромислової галузі, а й для країни в цілому.

Таблиця 2

PEST-аналіз групи факторів «Економіка»

E Економіка	Екс1	Екс 2	Екс 3	Екс 4	Екс 5	Вага	Середня оцінка	Оцінка з поправкою на вагу
Рівень інфляції	5	5	5	4	4	0,15	4,6	0,69
Кредитно-грошова політика	4	5	4	5	4	0,1	4,4	0,44
Рівень безробіття	4	3	3	3	3	0,2	3,2	0,24
Темп зростання в економіці	5	4	4	3	3	0,25	3,8	0,95
Курс валют	4	4	4	4	4	0,3	4	1,2
Разом						1		3,52

Таблиця 3

PEST-аналіз групи факторів «Соціум»

S Соціум	Екс1	Екс 2	Екс 3	Екс 4	Екс 5	Вага	Середня оцінка	Оцінка з поправкою на вагу
Відношення доходів	3	3	3	3	3	0,2	3	0,6
Демографічні показники	3	4	3	4	4	0,25	3,6	0,9
Структура населення	4	3	3	3	3	0,15	3,2	0,48
Культура формування заощаджень	3	4	3	3	3	0,15	3,2	0,48
Освіта	3	3	3	3	3	0,25	3	0,75
Разом						1		3,21

Таблиця 4

PEST-аналіз групи факторів «Технологія»

T Технологія	Екс1	Екс 2	Екс 3	Екс 4	Екс 5	Вага	Середня оцінка	Оцінка з поправкою на вагу
Ступінь розвитку інновацій	5	5	5	5	5	0,35	5	1,75
Рівень використання технологічних процесів	4	4	4	4	4	0,2	4	0,8
Витрати на проведення розробок	5	4	5	4	4	0,15	4,4	0,66
Ступінь доступу до інноваційних технологій	4	4	4	5	4	0,3	4,2	1,26
Разом	-					1		4,47

Таблиця 5

Матриця PEST-аналізу

Соціальні фактори		*Технологічні фактори*	
Відношення доходів	0,6	Ступінь розвитку інновацій	1.75
Демографічні показники	0,9	Рівень використання технологічних процесів	0.8
Темп приросту населення	0,48	Витрати на проведення розробок	0.66
Культура формування заощаджень	0,48	Ступінь доступу до інноваційних технологій	1.26
Освіта	0,75		
Політичні фактори		*Економічні фактори*	
Воєнні дії	1,4	Рівень інфляції	0.69
Законодавство	0,85	Кредитно-грошова політика	0.44
Податкова політика	0,51	Рівень безробіття	0.24
Трудове законодавство	0,36	Темп зростання в економіці	0.95
Стабільна влада	0,54	Курс валют	1.2

Високий рівень інфляції, високі ставки за кредитами, зміна курсів валют, воєнні дії на сході країни створюють бар'єри для розвитку агропромислового комплексу.

З огляду на отримані результати можна чітко визначити, що нині найбільший вплив на аналізоване підприємство мають технологічні фактори, передусім ступінь розвитку інновацій у галузі харчової промисловості та ступінь доступу до інноваційних технологій. Ці фактори є суттєвими для підвищення продуктивності праці шляхом її автоматизації, а також заміни людської праці машинною. Фактор доступу до інноваційних технологій розкривається в можливості рівного доступу до технологій для всіх гравців ринку харчової галузі, що сприятиме розвитку здорової конкуренції.

Найвагомішим із визначених економічних факторів зовнішнього середовища для підприємства є нестабільність валютного курсу, що спричинене експортною орієнтованістю підприємств харчової галузі України. Досить великий вплив має темп зростання економіки, що дозволяє підприємствам і кінцевим споживачам збільшити витрати та споживання.

Серед соціальних факторів, що мають вплив на зовнішнє середовище підприємств харчової галузі, слід виділити демографічні показники, оскільки вони напряму визначають зростання чи зменшення споживання населення продукцією харчової галузі [1; 5].

Таким чином, проведений аналіз зовнішнього середовища показав, що існує чимало загроз подальшому функціонуванню харчової галузі, основною причиною яких є низький розвиток технологій, нестабільне політичне становище та низький рівень розвитку економіки держави. У зв'язку із цим основною умовою успішної діяльності підприємства стає його здатність швидко й вчасно пристосовуватися до динамічного зовнішнього середовища. Однак, з огляду на оцінку значущості факторів зазначимо, що жодний із них не загрожує існуванню суб'єкта господарювання за умови прийняття зважених стратегічних та оперативних рішень на підставі постійного моніторингу зовнішнього середовища підприємства.

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

Література: 1. Багорка М. О. Інноваційні напрями розвитку стратегії екологічного маркетингу в аграрному виробництві. *Причорноморські економічні студії.* 2016. № 11. С. 65–70. **2.** Кіндрацька Г. І. Стратегічний менеджмент. Київ : Знання, 2006. 366 с. **3.** Міщенко А. П. Стратегічне управління : навч. посіб. Київ : Центр навч. літ., 2004. 336 с. **4.** Шершньова З. Є. Стратегічне управління: підручник. Київ : КНЕУ, 2004. 699 с. **5.** Александров І. О. Фінансова стратегія підприємства. *Наукові праці Донецького національного технічного університету.* 2003. № 65. С. 121–128.

ІНТЕЛЕКТУАЛЬНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ПІДПРИЄМСТВА ЯК ФАКТОР ЙОГО СТАЛОГО РОЗВИТКУ

УДК 005.336

Бондарева М. О.

Студент 3 курсу
факультету консалтингу і міжнародного бізнесу ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Досліджено сутність поняття інтелектуального потенціалу підприємства. Розглянуто підходи різних науковців до визначення його структури. Конкретизовано місце інтелектуального потенціалу в системі управління підприємством. Проаналізовано методику оцінки інтелектуального потенціалу підприємства.*

© Бондарева М. О., 2018

Ключові слова: *підприємство, організація, капітал, потенціал, інновації, людський потенціал, інтелектуальний потенціал, інтелектуальний капітал, інноваційний потенціал, компетенція, інтелектуальна власність.*

Аннотация. *Исследована сущность понятия интеллектуального потенциала предприятия. Рассмотрены подходы разных ученых к определению его структуры. Конкретизировано место интеллектуального потенциала в системе управления предприятием. Проанализирована методика оценки интеллектуального потенциала предприятия.*

Ключевые слова: *предприятие, организация, капитал, потенциал, инновации, человеческий потенциал, интеллектуальный потенциал, интеллектуальный капитал, инновационный потенциал, компетенция, интеллектуальная собственность.*

Annotation. *The essence of the concept of the intellectual potential of the enterprise is investigated. The approaches of different scientists to the definition of its structure are considered. The place of intellectual potential in the enterprise management system is specified. Analyzed the methodology for assessing the intellectual potential of the enterprise.*

Keywords: *enterprise, organization, capital, potential, innovation, human potential, intellectual potential, intellectual capital, innovative potential, competence, intellectual property.*

Сучасні умови господарювання орієнтовані на глибокі зміни змісту праці та вимагають чітко організованої структури органів управління працею в організації, гнучкості й адаптивності управління. При цьому особливий наголос робиться на творчі можливості, освіту, моральні та культурні цінності. З'являється потреба у працівниках із високим рівнем кваліфікації, базою знань, які прагнуть і можуть навчатися. Тому ефективне використання, аналіз та оцінка інтелектуального потенціалу працівників задля підвищення продуктивності праці нині набуває актуальності.

Головною проблемою оцінки інтелектуального потенціалу підприємства є те, що в основному він являє нематеріальні активи і не відбивається в бухгалтерських або статистичних даних. Однак, визначення його величини є надзвичайно важливим для розробки та реалізації стратегії розвитку підприємства й підвищення рівня конкурентоспроможності продукції.

Оцінка інтелектуального потенціалу підприємства є важливою для прийняття раціональних управлінських рішень, що сприяють підвищенню якості бізнес-процесів, ефективності фінансово-господарської діяльності, дають змогу капіталізувати прибуток [1].

Питанням дослідження природи інтелектуального потенціалу і підходів до його оцінки присвячено роботи зарубіжних і вітчизняних науковців: Шульца Т., Брукінга Е., Сакайя Т., Косьміна А., Нестерової О., Федоніна О., Левашова В., Мансурова Р. та ін. Однак, високо оцінюючи результати досліджень цих авторів, зазначимо, що проблему розвитку інтелектуального потенціалу досліджено недостатньо, чим і зумовлено вибір саме цієї теми дослідження.

Метою написання статті є визначення сутності поняття «інтелектуальний потенціал», а також аналіз методики оцінки інтелектуального потенціалу підприємства.

Розглянемо існуючі підходи до визначення сутності поняття «інтелектуальний потенціал». Науковець Левашов В. визначає інтелектуальний потенціал як сукупність людських, матеріальних і фінансових ресурсів, які задіяні у двох тісно пов'язаних між собою ключових галузях інтелектуального життя суспільства – науці й освіті, виміряна величина яких показує створену й накопичену у суспільстві здатність до креативного створення нових знань і технологій продуктів [2].

Мансуров Р. розглядає інтелектуальний потенціал як певні можливості, що складаються із сукупності факторів, таких як людський потенціал, інноваційний потенціал та інфраструктурний потенціал підприємства [3].

Під інтелектуальним потенціалом підприємства розуміють знання, інформацію, досвід персоналу управління, організаційні можливості, інформаційні канали підприємства, використовувані у виробничій діяльності. Інтелектуальний потенціал є складовою інтелектуального капіталу підприємства, пов'язаною із людськими ресурсами та інноваційною діяльністю підприємства.

До інтелектуального капіталу підприємства належать знання та навички співробітників, процеси, ідеї, розробки, проекти, винаходи, використовувані технології, а також взаємини як із постачальниками, так і з споживачами. Він охоплює програмне забезпечення, методи ведення бізнесу, керівництва, звіти, публікації та бази даних. До нього належать не лише самі знання та інформація, але і нематеріальна інфраструктура, що забезпечує їх використання, передачу та зберігання. Безумовно, до інтелектуального капіталу належать патенти, торговельні марки, авторські права, імена доменів у мережі Інтернет.

Під нематеріальними активами розуміють власність, що має грошову оцінку, але не має фізичного втілення (репутація, престиж, патентні права). Частиною нематеріальних активів підприємства є його інтелектуальна влас-

ність – власність на результати інтелектуальної діяльності, інтелектуальний продукт, захищений законодавчо на підставі авторського і патентного права.

З огляду на це стає зрозуміло, що стосовно інтелектуального капіталу термін «активи» вживається лише в переносному, розширювальному розумінні, оскільки в цьому випадку найчастіше йдеться про речі, якими в дійсності неможливо володіти в правовому відношенні, вартість яких не підлягає грошовій оцінці [8].

Під інтелектуальним капіталом розуміють сукупність нематеріальних ресурсів підприємства, які можуть бути використані для створення вартості, що по суті є інтелектуальним потенціалом підприємства. При цьому частина інтелектуального капіталу організації належить їй по праву власності і має грошову оцінку, є нематеріальними активами у вигляді прав на об'єкти інтелектуальної власності.

Інтелектуальний капітал стосується практично всіх елементів діяльності організації, формуючи іноді більшу частину її вартості, тим самим висуваючи на перший план питання управління ним. При цьому питання підвищення кваліфікації та розкриття творчих здібностей персоналу, забезпечення належного технічного рівня його діяльності, напрямку і характеру досліджень і вдосконалень, управління зовнішніми зв'язками мають розглядатися не в межах окремих стратегій, а сукупно.

Отже, сутність поняття «інтелектуальний потенціал підприємства» можна визначити як можливість найповнішого використання і безперервного розвитку інтелектуальних компонентів підприємства, серед них:

– удосконалення системи якості надання послуг, основою якої є підвищення рівня знань (кваліфікації) та освіти;

– інвестування у розвиток людського капіталу, а також у системи інформаційного забезпечення трудової діяльності підприємства;

– задоволення потреб працівників підприємства в емоційних факторах мотивації [4; 6].

Використання поняття інтелектуального потенціалу розпочинається там і тоді, коли виникає необхідність інтеграції різних видів інтелектуальної діяльності. У результаті кожна із зазначених категорій поряд із інтелектуальним потенціалом є сукупністю можливостей, унаслідок взаємодії яких виробнича система набуває нових властивостей, не притаманних кожному окремому елементу. Тому значення його якраз у тому, що він виконує інтегративну функцію щодо його складових [4].

Знання інтелектуального рівня потенціалу підприємства та його підрозділів допомагає:

– підтверджувати можливості підприємства в досягненні своїх стратегічних цілей: чи забезпечене воно необхідними кадрами і технологіями;

– реструктурувати підприємство: які функції необхідно виділити у новій організаційній структурі, а які, навпаки, об'єднати чи ліквідувати;

– розширити межі корпоративної пам'яті шляхом створення бази знань, що містить відомості про інтелектуальний потенціал кожного співробітника [6].

Вимірювання інтелектуального потенціалу підприємства і його підрозділів доцільно проводити щорічно. Постійне відстеження динаміки та своєчасне проведення коригувальних заходів дозволять ефективніше використовувати інтелектуальний потенціал задля поліпшення показників виробничо-господарської діяльності.

У формуванні інтелектуального потенціалу ключову роль відіграють люди як один із найважливіших видів продуктивних активів у складі інтелектуального капіталу. Тому при визначенні вартості інтелектуального капіталу велику роль відіграє можливість оцінки персоналу [6].

Вважаємо, що найважливішим фактором формування, розвитку та раціонального використання інтелектуального потенціалу є освіта, а також накопичення знань. Один з провідних фахівців теорії людського капіталу та економіки освіти Шульц Т. дійшов висновку, що доходи на освіту є порівняно привабливішими, ніж доходи на людський капітал [5].

Деякі дослідники віддають пріоритет у розвитку інтелектуального потенціалу і примноженні інтелектуального капіталу безперервній освіті; важко із цим не погодитися. Формування нового соціального та економічного порядку, найчастіше іменованого постіндустріальним суспільством, є пов'язаним, на думку японського дослідника Сакайя Т., із так званою «knowledge-value revolution», революцією на підставі цінності, втіленої у знання. Світові освітні стандарти поступово трансформуються під впливом зміни властивостей інформації: контактний авторитарний тип навчання доповнюється дистанційним, інтерактивним, у основі якого ті самі комп'ютерні технології, у результаті чого формувалася і стала невід'ємною рисою сучасної освіти її безперервність, реалізована в моделі «освіта протягом життя» [7].

У процесі дослідження різних літературних джерел виявлено, що на сьогодні відсутня єдина комплексна методика оцінки інтелектуального потенціалу підприємства. Це призводить до того, що кожне підприємство проводить оцінку інтелектуального потенціалу суб'єктивно, а відсутність єдиного підходу до оцінки ефективності не дозволяє в більшості випадків дати всебічну об'єктивну оцінку використання свого інтелектуального потенціалу.

Структуру інтелектуального потенціалу підприємства, запропоновану Нестеровою О. А., подано на рис. 1 [4; 8].

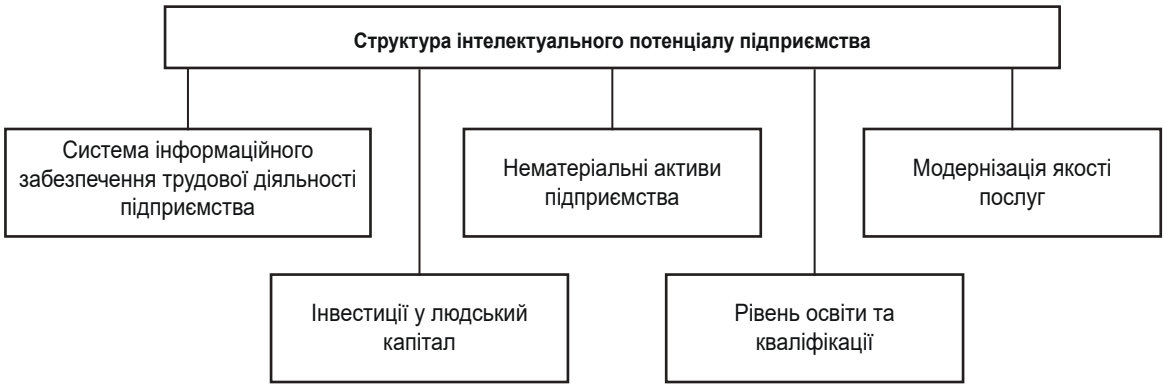


Рис. 1. **Структура інтелектуального потенціалу підприємства**

За цією структурою пропонується підхід до оцінки інтелектуального потенціалу підприємств зв'язку, який відображає інституційну специфіку таких підприємств:

$$ІП = Врок + Вірлк + Внма + Всіз + Вм + Вем,$$

де *ІП* – вартість інтелектуального потенціалу підприємства;

Врок – вартість рівня освіти і кваліфікації;

Вірлк – інвестиції в розвиток людського капіталу;

Внма – вартість нематеріальних активів;

Всіз – вартість системи інформаційного забезпечення трудової діяльності підприємства;

Вм – витрати на модернізацію якості послуг, які надаються ;

Вем – вартість «емоційного потенціалу» підприємства, проведення тренінгів і семінарів [8].

Отже, такий підхід до оцінки інтелектуального потенціалу дає змогу врахувати широкий спектр показників, що впливають на його вартість. До того ж він дозволяє визначити всі компоненти інтелектуального потенціалу підприємства, що є спрямованими на його формування. Можна сказати, що сталий розвиток кожного підприємства істотно залежить від його інтелектуального потенціалу, який об'єднує освіту, науку, технології, усі види інтелектуальної діяльності, стає головним ресурсом у формуванні інтелектуального капіталу, запорукою інтенсивного розвитку підприємства.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Сапрун Г. Г.

Література: 1. Федонин О. С., Рєпіна І. М., Олексюк О. І. Потенціал підприємства: формування та оцінка : навч. посіб. Київ : КНЕУ, 2004. 316 с. **2.** Левашов В. К. Интеллектуальный потенциал общества: измерение и прогнозирование. *Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены.* 2008. № 3. С. 17–30. **3.** Мансуров Р. Е. Как оценить интеллектуальный капитал компании. *Кадровик. Кадровый менеджмент.* 2011. № 1. С. 17–21. **4.** Косьмин А. Д., Косьмина Е. А. Интеллектуальный потенциал общества: формирование, оценка, эффективность использования. М. : Экономика, 2004. 318 с. **5.** Schultz T. Investment in Human Capital. Economic Growth: An American Problem. 1964. 242 p. **6.** Брукинг Е. Интелектуальный капитал / пер. с англ. под ред. Л. Н. Ковалик. СПб. : Питер, 2001. 288 с. **7.** Сакайя Т. Стоимость, созданная знанием, или история будущего. Новая постиндустриальная волна на Западе. Антология / под ред. В. Л. Иноземцева М. : Академия, 1999. С. 321–371. **8.** Нестерова О. А. Оценка интеллектуального потенциала трудовых ресурсов : автореф. дис. … канд. экон. наук : 08.00.05. Томск : Новосибирский государственный аграрный университет, 2011. 24 с.

ОСОБЛИВОСТІ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ ТА БЕРЕЖЛИВОГО ВИРОБНИЦТВА

УДК 005

Бондаренко М. О.

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

Анотація. *Проаналізовано загальні особливості системи менеджменту якості й бережливого виробництва на підприємстві. Розглянуто основні характеристики та етапи системи менеджменту якості й бережливого виробництва.*

Ключові слова: *підприємство, організація, виробництво, менеджмент, бережливе виробництво, система менеджменту якості.*

Аннотация. *Проанализированы общие особенности системы менеджмента качества и бережливого производства на предприятии. Рассмотрены основные характеристики и этапы системы менеджмента качества и бережливого производства.*

Ключевые слова: *предприятие, организация, производство, менеджмент, бережливое производство, система менеджмента качества.*

Annotation. *The general features of the quality management system and lean manufacturing at the enterprise are analyzed. The main characteristics and stages of the quality management system and lean manufacturing are considered.*

Keywords: *enterprise, organization, production, management, lean manufacturing, quality management system.*

На всіх етапах розвитку суспільного виробництва однієї з основних категорій, що обумовлюють спосіб життя, соціальну та економічну основу успішної життєдіяльності людини, організацій і суспільства в цілому, є якість. За умов глобалізації світової економіки, загострення конкуренції проблема якості набуває особливого значення. Трансформація економічних умов, що відбувається, вимагає створення принципово нових підходів до управління якістю на кожному підприємстві, чим і зумовлено актуальність цієї теми.

Метою написання статті є дослідження передумов конкурентоспроможності сучасних підприємств, а також обґрунтування необхідності вдосконалення системи менеджменту якості суб'єкта господарювання.

Питання ефективного управління виробництвом є предметом наукових досліджень Сміта А., Оуєна Р., Уїтні Е., Беббіджа Ч., Тауна Г., Меткалфа Г. Самостійним сегментом економічної науки воно стало лише на початку XX ст., коли в управлінській думці виділилися чотири основні напрями: наукове управління (Тейлор Ф., Джілбрет Ф., Джілбрет Л., Форд Г.); адміністративне управління (Файоль А., Емерсон Г., Гулик Л., Урвік Л.); напрям аналізу людських відносин (Фоллет М., Мейо Е.) і біхевіористський напрям (Лайкерт Р., Макгрегор Д., Маслоу А., Херцберг Ф.). Із сучасних публікацій, присвячених проблематиці ефективного управління виробництвом, слід згадати праці Тульчинського С., Кашина А., Докучаєва В., Тимофєєва Д., Грачова А., Лапшина В., Федоськина Л.

Системи менеджменту якості (СМЯ) у виробничому ланцюжку в тому чи іншому вигляді існують на кожному виробничому підприємстві. Усі системи менеджменту якості створюються й сертифікуються за стандартами Міжнародної організації зі стандартизації (ISO). У стандартах ISO викладено дуже правильні ідеї, вимоги та інструменти ефективного менеджменту. Система менеджменту якості має забезпечувати якість продукції або послуг підприємства і налаштовувати цю якість на очікування споживачів. При цьому її головне завдання – не контролювати кожну одиницю продукції, а зробити так, щоб не було помилок у роботі, які можуть спричинити появу браку. Упровадження системи менеджменту якості має проводитися тільки з ініціативи зверху, оскільки цей процес вимагає зміни усталеного порядку ведення справ, стереотипів поведінки співробітників підприємства.

У свою чергу, функціонування системи якості спирається на загальні принципи, що дозволяють реалізовувати продукцію або надавати послуги певного рівня якості [3].

1. Орієнтація на споживачів. Менеджмент якості націлений на виконання вимог споживачів і прагнення до перевищення їхніх очікувань. Розуміння справжніх і майбутніх потреб споживачів та інших зацікавлених сторін сприяє досягненню організацією стійкого успіху.

2. Лідерство. Лідери на всіх рівнях організації забезпечують єдність мети та напрямів діяльності організації, створюють умови, за яких працівники взаємодіють для досягнення цілей організації щодо якості.

© Бондаренко М. О., 2018

3. Взаємодія працівників. Компетентні, наділені повноваженнями і взаємодіючі на всіх рівнях організації працівники підвищують її здатність створювати цінність. Щоб ефективно управляти організацією, важливо поважати всіх працівників і залучати їх на всіх рівнях організації.

4. Процесний підхід. Послідовні та прогнозовані результати досягаються ефективніше, якщо діяльність є усвідомленою, взаємопов'язаним процесом, узгодженою системою.

5. Поліпшення є вкрай необхідними для організації, щоб зберігати і підтримувати поточні рівні здійснення діяльності, реагувати на зміни, пов'язані із внутрішніми та зовнішніми умовами, створювати і використовувати нові можливості.

6. Прийняття рішень. Рішення, засновані на аналізі й оцінці даних та інформації, із більшою вірогідністю сприятимуть досягненню бажаних результатів.

7. Менеджмент взаємин. Для досягнення стійкого успіху організації управляють своїми взаєминами з відповідними зацікавленими сторонами, у тому числі із постачальниками. Менеджмент взаємин із постачальниками і партнерами часто є особливо важливим [3].

Отже, система менеджменту якості є перевіреним інструментом організації виробничої діяльності, спрямованим передусім на збільшення ймовірності досягнення компанією запланованих результатів.

Основною проблемою у функціонуванні системи менеджменту якості є відсутність адекватних механізмів її моніторингу, що не дає змоги реалізувати принцип постійного поліпшення. Японський підхід до постійного поліпшення реалізований у концепції «кайдзен», що лежить у основі бережливого виробництва [2].

Бережливе виробництво є особливою схемою управління компанією, основна ідея якої полягає в постійному прагненні виключити будь-які види витрат. Бережливе виробництво є концепцією, що припускає залучення до процедури оптимізації кожного співробітника. Така схема є спрямованою на максимальне орієнтування в бік споживача [2; 3].

Бережливе виробництво передбачає усунення будь-яких дій, унаслідок яких споживаються ресурси, але не відбувається створення цінності для кінцевого споживача. Так, йому не потрібно, щоб готовий виріб або його комплектуючі були на складі. За традиційної системи всі витрати, що є пов'язаними з браком і зберіганням, а також інші непрямі витрати перекладаються на споживача. Бережливе виробництво є схемою, за якою вся діяльність компанії розподілена на процеси, що додають і не додають цінності продукту. Отже, основним завдання є планомірне зменшення останніх [5].

Бережливе виробництво розрозділяють на п'ять стадій:

– визначення цінності конкретного товару;

– встановлення потоку створення цінності певного продукту;

– забезпечення безперервного перебігу потоку;

– надання споживачу можливості витягати товар;

– прагнення до досконалості [5].

Серед інших принципів, на яких ґрунтується бережливе виробництво, слід виділити:

– досягнення відмінної якості;

– здачу товару з першого пред'явлення, використання схеми «нуль дефектів»;

– формування довгострокової взаємодії зі споживачем за допомогою розподілу інформації, витрат і ризиків [5].

Дотримуватися концепції бережливого виробництва можуть і повинні не тільки промислові гіганти, а і будь-які підприємства, незалежно від величини активів і сфери діяльності. Бережливе виробництво на сьогодні є найефективнішим щодо ціни–результату–термінів, способом розвитку та зростання як окремого підприємства, так і української економіки в цілому [5].

Оптимізувати і зробити максимально рентабельним можна будь-який аспект діяльності сучасного бізнесу. Так, оптимізація документообігу іноді скорочує час виконання замовлення вдвічі-утричі більше, ніж зазвичай можна домогтися від самого виробничого процесу [5].

Розглянемо дослідження Міжнародної організації зі стандартизації ISO, що демонструє кількість діючих сертифікатів, які підтверджують виконання вимог міжнародних стандартів для різних систем менеджменту, виданих організаціям у всьому світі. Огляд являє дані щодо динаміки зміни кількості сертифікатів у цілому в усьому світі, по регіонах, країнах і основних секторах економіки. За результатами ISO Survey, у 2016 р. в цілому зареєстровано 1 643 523 дійсних сертифікатів за дев'ятьма стандартами порівняно з 1 520 368 у 2015 р., тобто приріст становив 8 % [1].

Спостерігається постійне зростання кількості сертифікатів, виданих за найпоширенішим стандартам ISO 9001 (системи менеджменту якості) та ISO 14001 (системи екологічного менеджменту), на 7 % і 8 % відповідно. У 2016 р.

їх кількість становила 1 106 356 і 346 189 одиниць. Аналіз показує, що багато сертифікованих організацій уже здійснили перехід своїх систем менеджменту якості на нові версії [1].

Цікавим є те, що сертифікація систем менеджменту безперервності бізнесу досягла і України. У 2016 р. виданий перший сертифікат, що підтверджує виконання вимог даного стандарту, організації, яка займається діяльністю в галузі інформаційних технологій.

Аналіз статистики даних про сертифікацію в Україні порівняно з 2015 р. показав, що лідируючим сертифікатом якості є ISO 9001 системи менеджменту якості, приріст якого становить 31,7 % порівняно з 2014 р., що є позитивним для розвитку системи менеджменту якості в Україні (табл. 1) [1].

Таблиця 1

Кількість дійсних сертифікатів за стандартами в Україні, 2015–2016 рр.

Стандарт	2015	2016	Зміна, %
ISO 9001	1052	1386 (із них 216 – за новою версією)	31,7
ISO 14001	155	442 (із них 41 – за новою версією)	185,2
ISO 22000	167	209	25,1
ISO / IEC 27001	12	22	83,3
ISO 50001	5	21	320
ISO 13485	7	16	128,6
ISO / TS 16949	42	44	4,7
ISO 22301	0	1	-
ISO / IEC 20000-1	0	0	-
ISO 28000	0	0	-
ISO 39001	0	0	-

Рано чи пізно всі підприємства дотримуватимуться бережливого виробництва. Безумовно, стати одномоментно такою успішною компанією, як Toyota, не вдасться (японський концерн йшов до вершини успіху п'ятдесят років), але постійна робота над вдосконаленням свого бізнесу обов'язково дасть результат.

Важливим аспектом соціальної політики є створення безпечного та комфортного робочого середовища для всіх співробітників. Постійне поліпшення і результативне функціонування інтегрованої системи менеджменту організації згідно із корпоративними вимогами, вимогами міжнародних і національних стандартів не тільки покращує якість підприємства, але і демонструє свою соціальну орієнтованість.

Таким чином, у зв'язку із зростаннямм уваги до проблем якості виник принципово новий підхід до управління будь-якою організацією, націлений на якість. Якість є одним із важливих засобів конкурентної боротьби, завоювання й утримання своїх позицій на ринку. Нині фірми приділяють особливу увагу забезпеченню високої якості продукції шляхом розробки й упровадження системи управління якістю. За моделлю системи управління якістю її успішне функціонування на підприємстві передбачає постійне підтримання й удосконалення відповідальності керівництва, управління ресурсами, управління процесами виробництва продукції, вимірювання, аналізу та поліпшення результативності системи менеджменту якості. Упровадження системи бережливого виробництва засвідчує перехід підприємства на новий якісний рівень, що передбачає залучення до процесу всіх співробітників. Управління якістю продукції виробничого підприємства є надзвичайно актуальною проблемою для сучасних вітчизняних підприємств.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Рожко В. І.

Література: 1. Системы менеджмента качества. Дата введения 2001–08–31. М. : ИПК Изд-во стандартов, 2001. **2.** Тайити О. Производственная система Тойоты: уходя от массового производства. М. : Институт комплексных стратегических исследований, 2008. 194 с. **3.** Вумек Д., Джонс Д. Бережливое производство. Как избавиться от потерь и добиться процветания вашей компании. М. : Альпина Паблишер, 2013. 364 с. **4.** Шук Д., Ротер М. Учитесь видеть бизнес-процессы: практика построения карт потоков создания ценности. М. : Альпина Паблишер, 2008. 282 с. **5.** Лапшин В. С., Федоськина Л. А., Ляманова Е. А., Родин Д. В. Основы бережливого производства : учебное пособие. Саранск : Изд-во Мордовского университета, 2011. 168 с.

ЕКОНОМІЧНА СУТНІСТЬ ТРУДОВИХ РЕСУРСІВ ТА АНАЛІЗ ЇХ ВИКОРИСТАННЯ

УДК 33.021:331.101.262

Брагіна В. О.

Студент 4 курсу
факультету консалтингу і міжнародного бізнесу ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Розглянуто теоретичні задачі аналізу трудових ресурсів. Проаналізовано особливості методичного забезпечення аналізу. Систематизовано показники ефективності використання трудових ресурсів. Здійснено оцінку динаміки використання трудових ресурсів в Україні за п'ять років.*

Ключові слова: *трудові ресурси, економічно активне населення, зайняте населення, безробіття, середня заробітна плата.*

Аннотация. *Рассмотрены теоретические задачи анализа трудовых ресурсов. Проанализированы особенности методического обеспечения анализа. Систематизированы показатели эффективности использования трудовых ресурсов. Осуществлена оценка динамики использования трудовых ресурсов в Украине за пять лет.*

Ключевые слова: *трудовые ресурсы, экономически активное население, занятое население, безработица, средняя заработная плата.*

Annotation. *The theoretical tasks of the analysis of labor resources are considered. Analyzed the features of methodological analysis. Systematized indicators of efficiency of use of labor resources. The assessment of the use of labor resources in Ukraine over five years has been carried out.*

Keywords: *labor resources, economically active population, employed population, unemployment, average wages.*

За сучасних умов рушійною силою будь-якої сфери економіки є людина, її освіта, когнітивний розвиток, мотивація. Трудові ресурси є одним із головних факторів виробничої діяльності підприємства, а їх ефективне використання сприяє покращенню показників фінансової, виробничої та інвестиційної діяльності. Завдяки цьому підприємство формує свої конкурентоспроможні сторони та переваги на ринку.

Дослідженням трудових ресурсів і аналізом їх стану та руху займилися Армстронг М., Спенс М., Дибленко В., Шевченко О., Шаблій О., Пітюлич М., Богиня Д., Грішнова О., Мікловда В. та ін. Науковцями визначено сутність трудових ресурсів, здійснено їх розподіл на окремі групи, створено класифікацію.

Метою написання статті є вдосконалення методичного забезпечення аналізу трудових ресурсів та економічно активного населення.

Трудові ресурси є найважливішою складовою діяльності будь-якого підприємства, від якості та ефективності яких зазвичай залежать результати діяльності підприємства та його конкурентоспроможність. Людський фактор в оптимальному поєднанні із природним і матеріально-технічним є ядром, що формує основну рушійну силу становлення, розвитку та ефективного господарювання всіх соціально-економічних ланок [4].

Трудові ресурси – це частина представників працездатного населення, які відповідають віковій категорії від 15 до 70 років, вкладають свою працю, фізичні та розумові здібності, практичні навички в ту чи іншу сферу виробничо-фінансової діяльність підприємства.

Економічна сутність трудових ресурсів полягає в тому, що це працездатне населення, що за своїми віковими, фізичними й освітніми даними відповідає тій чи іншій сфері діяльності.

Структуру трудових ресурсів з економічного погляду подано на рис. 1 [2].

Структура трудових ресурсів	
Економічно активне населення – це сукупність працездатних зайнятих і безробітних громадян, що забезпечують пропозицію робочої сили на ринку праці для товарного виробництва і сфери послуг у певному періоді	*Економічно неактивне населення* – це населення, що за будь-яких причин не створює пропозиції робочої сили на ринку праці

Рис. 1. **Структура трудових ресурсів**

© Брагіна В. О., 2018

Ефективність функціонування економіки країни є визначуваною наявністю економічно активного населення. Розглянемо динаміку чисельності економічно активного населення України у 2013–2017 рр. (рис. 2) [2].

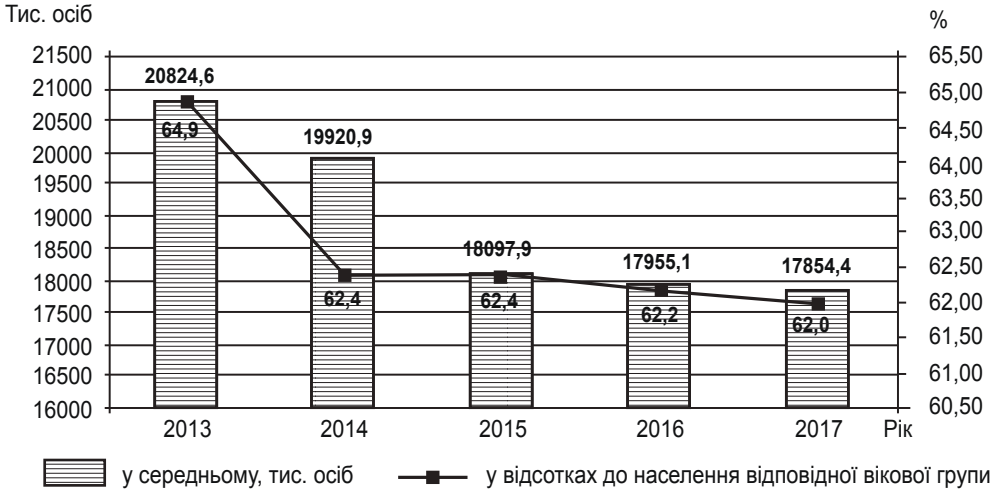


Рис. 2. **Динаміка економічно активного населення України, 2013–2017 рр.**

Динаміка економічно активного населення України у 2013–2017 рр. (рис. 1) засвідчує, що прослідкується спад у відсотковому та кількісному вираженні, зокрема у 2014 р., і надалі не спостерігається збільшення показників, що пов'язано з економічною ситуацією в країні, а також значним скорочення народжуваності.

Розглянемо структуру економічно активного населення.

1. Зайняте населення – особи, які працюють за наймом, забезпечують себе роботою самостійно, проходять військову чи альтернативну (невійськову) службу, на законних підставах працюють за кордоном, а також особи, які навчаються за денною формою у загальноосвітніх, професійно-технічних і вищих навчальних закладах і поєднують навчання з роботою.

2. Безробітні – особи, які через відсутність роботи не мають заробітку або інших передбачених законодавством доходів як джерела існування, але готові та здатні приступити до роботи [1].

Проаналізуємо, використовуючи цю класифікацію, склад економічно активного населення в Україні (табл. 1) [1; 2].

Таблиця 1

Склад економічно активного населення України, 2013–2017 рр.

Роки	Зайняте населення		Безробітне населення (за методологією МОП)	
	у середньому, тис. осіб	у % до населення відповідної вікової групи	у середньому, тис. осіб	у % до населення відповідної вікової групи
2013	19314,2	60,2	1510,4	7,3
2014	18073,3	56,6	1847,6	9,3
2015	16443,2	56,7	1654,7	9,1
2016	16276,9	56,3	1678,2	9,3
2017	16156,4	56,1	1698,0	9,5

Бачимо (табл. 1), що рівень зайнятого населення постійно скорочується, як у кількісному, так і у відсотковому вираженні: станом на 2017 р. – на 3157,8 тис. осіб, або на 4,1 % відповідно. Рівень безробітного населення постійно зростає: у 2017 р. порівняно з 2013 р. – на 187,6 тис. осіб, або на 2,2 %. З економічної точки зору рівень безробіття в країні свідчить про неефективне та неповноцінне використання трудових і виробничих ресурсів. Але, з іншого боку, неможливо повністю позбавитися цього явища, адже природній рівень безробіття наявний завжди [4].

Для аналізу трудових ресурсів на підприємстві використовують три групи показників ефективності: якісні, кількісні та структурні. Відповідно до цієї класифікації якісні показники охоплюють:

– коефіцієнт рентабельності персоналу полягає у ефективності роботи кадрів і визначається як відношення річного прибутку від реалізації продукції до середньорічної чисельності працівників;

– трудомісткість характеризує затрати часу на одиницю продукції;

– показники руху кадрів дають змогу дослідити плинність кадрів на підприємстві [4].

Характеристика кількісних показників чисельності персоналу підприємства охоплює:

– явочну чисельність працівників, тобто всіх працівників, які з'явилися на роботу;

– облікову чисельність працівників, тобто всіх постійних, тимчасових і сезонних працівників, прийнятих на роботу терміном на один і більше днів незалежно від того, перебувають вони на роботі, у відпустці, відрядженні, на лікарняному;

– середньооблікову чисельність працівників, тобто суму середньомісячної чисельності за певний період, поділену на кількість місяців у періоді [4].

Результативні показники передбачають розрахунок:

– доходу від реалізації продукції на одного працівника, визначають як відношення річного доходу підприємства від реалізації продукції до середньорічної чисельності працівників;

– виробітку на одного працівника – показника, що характеризує кількість продукції, що припадає на одного середньосписокового працівника;

– продуктивноісті праці – показника, що характеризується кількістю продукції, виробленої середньооблiковим працівником за одиницю часу [3].

Проаналізуємо показники руху робочої сили на підприємствах України у 2013–2017 рр. на підставі статистичних даних (табл. 2) [2; 5].

Таблиця 2

Показники руху робочої сили в Україні, 2013–2017 рр.

Рік	Середньооблікова кількість штатних працівників, тис. осіб	Коефіцієнт обігу робочої сили за прийомом, %	Коефіцієнт обігу робочої сили за звільненням, %
2013	9720	26,6	30,3
2014	8959	22,8	30,3
2015	8065	24,0	30,2
2016	7868	26,1	29,2
2017	7679	30,5	31,8

Дані табл. 2 свідчать про зменшення середньооблікової кількості штатних працівників у 2013–2017 рр., що є негативним явищем на підприємствах і свідчить про погіршення їх роботи та зменшення обсягів діяльності. Через нестабільну економіку країни постійно збільшуються податки, і підприємці змушені неофіційно влаштовувати працівників. Підтвердженням такого факту є те, що значення коефіцієнта звільнення кадрів упродовж досліджуваного періоду превищує показник прийнятих на роботу на 1,3 %. Одним із ключових, але водночас непрямих показників використання трудових ресурсів на підприємстві є оплата їх праці, що істотно впливає на продуктивність праці та стабільність кадрів. Середній рівень заробітної плати в Україні наведено в табл. 3 [2; 4].

Таблиця 3

Середньомісячна заробітна плата в Україні, 2013–2017 рр.

Роки	Номінальна		Реальна
	грн	у % до прожиткового мінімуму для працездатних осіб	у % до попереднього року
2013	3 282	269,5	108,2
2014	3 480	285,7	93,5
2015	4 195	304,4	79,8
2016	5 183	323,9	109,0
2017	7 104	403,2	119,1

Як бачимо (табл. 3), середня номінальна заробітна плата працівників підприємств України у 2013–2017 рр. у гривневому еквіваленті зростала, як і у відсотках до прожиткового мінімуму для працездатних осіб. Рівень реальної заробітної плати з 2013 р. по 2017 р. характеризувався динамікою до збільшення, що свідчить про підвищення рівня оплати працівників і покращення використання трудових ресурсів на підприємстві.

Таким чином, результати аналізу трудових ресурсів у перспективі подальших досліджень у цьому напрямі можуть бути підґрунтям для розробки дієвих державних механізмів формування та використання трудових ресурсів на сучасному етапі.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Мішин О. Ю.

Література: 1. Про зайнятість населення : Закон України від 05.07.2012 № 5067-VI // База даних «Законодавство України» / Верховна Рада України. URL: http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/5067-17. **2.** Статистична інформація // Офіційний сайт Державної служби статистики України. URL: http://www.ukrstat.gov.ua. **3.** Правдюк Н. Л., Покиньчереда В. В. Трудові ресурси підприємств: обліково-аналітичне забезпечення управління : монографія. Вінниця : Едельвейс і К°, 2016. 246 с. **4.** Тітікова А. О., Дибленко В. І., Шевченко О. О. Трудовий потенціал підприємства. *Економічні науки.* 2012. № 9. С. 518–523. **5.** Пітюлич М. І., Бібен М. І., Мікловда В. В. Трудовий потенціал регіону: стратегія розвитку і функціонування. Ужгород : Карпати, 1996. 140 с. **6.** Богиня Д. П., Грішнова О. А. Основи економіки праці : навч. посіб. Київ : Знання-Прес, 2001. 314 с.

ЗБУТОВА ПОЛІТИКА ПІДПРИЄМСТВА: СУТНІСТЬ І СКЛАДОВІ

УДК 658.8(477)

Варуха Д. О.

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

Анотація. *Досліджено підходи до визначення сутності поняття «збутова політика». Розглянуто основні складові та цілі збутової політики. Конкретизовано сучасні проблеми формування збутової політики на вітчизняних підприємствах.*

Ключові слова: *підприємство, організація, фінанси, збут, збутова політика.*

Аннотация. *Исследованы подходы к определению сущности понятия «сбытовая политика». Рассмотрены основные составляющие и цели сбытовой политики. Конкретизированы современные проблемы формирования сбытовой политики на отечественных предприятиях.*

Ключевые слова: *предприятие, организация, финансы, сбыт, сбытовая политика.*

Annotation. *The approaches to the definition of the essence of the «marketing policy» are studied. The main components and objectives of sales policy are considered. The current problems of the formation of sales policy in domestic enterprises are specified.*

Keywords: *enterprise, organization, finance, sales, sales policy.*

Для сучасної економіки характерним є те, що місце виробництва та місце споживання і використання продукту не співпадають у часі й не прямують безпосередньо один за одним. Унаслідок цього виникають певні проблеми, для вирішення яких використовують систему збуту товарів. Витрати на розподіл і збут інколи перевищують половину роздрібної вартості товару. Система збуту товарів є ключовою ланкою маркетингу, фінішним елементом усієї діяльності промислового підприємства зі створення, виробництва та реалізації товару. Неможливо уявити функціонування ринку без наявності збутових мереж, які намагаються наблизити до покупця товари та послуги. Для забезпечення ефективної діяльності за умов жорсткої конкуренції підприємствам важливо спрямовувати свої зусилля на раціоналізацію технології збуту, оскільки саме система збуту товарів концентрує у собі весь результат здійснюваного маркетингу. Спеціалісти з менеджменту визначають, що недостатня ефективність збутової діяльності підприємства ставить під загрозу існування фірми в цілому [1].

Метою написання статті є уточнення змісту збутової політики підприємства, визначення її складових інструментів та особливостей застосування у складі комплексу маркетингу підприємства.

© Варуха Д. О., 2018

За весь час розвитку економічної науки виникло чимало визначень сутності поняття збутової політики. Наумов В. Н. вважає, що збутова політика є системою рішень, що приймаються продавцем задля реалізації обраних стратегій та отримання найбільшого ефекту збуту товарів [8]. Бурцев В. В. зазначає, що під збутовою політикою підприємства слід розуміти обрану керівництвом підприємства єдність стратегій збуту, маркетингу (позиціонування товару, стратегії охоплення ринку та ін.) та комплексу заходів (рішень і дій) щодо формування асортименту та попиту на виготовлювану продукцію, а також ціноутворення, обслуговування покупців, комерційного кредитування, знижок, формалізації договорів збуту (постачання) товарів, розподілу товару та інших аспектів збуту [3].

Годін О. М. розглядає збутову політику як організацію процесу поетапного руху товарів [4]. Крилова Г. Д. вважає, що збутова політика є діяльністю, спрямованою на створення системи розподілу товарів, що забезпечує доступність продукту для цільових споживачів [5].

Надтока Т. Б. розглядає збутову політику як комплекс принципів, методів і заходів, використовуваних керівництвом для організації та управління збутовою діяльністю підприємства задля забезпечення ефективних продажів товарів у межах визначених цільових ринків [7].

Балабанова Л. В. вважає, що збутова політика є сукупністю взаємопов'язаних елементів збутової діяльності, спрямованих на задоволення потреб споживачів шляхом оптимального використання збутового потенціалу підприємства й забезпечення на цій основі ефективності продажу [1]. Однак, Маслова Т. Д. розглядає збутову політику як поведінкову філософію або загальні принципи діяльності, яких фірма прагне дотримуватись у сфері побудови каналів розподілу свого товару та переміщення товарів у часі та просторі [6].

Узагальнення запропонованих науковцями визначень поняття збутової політики підприємства дає підстави стверджувати, що воно є досить широким і охоплює як сукупність елементів збутової діяльності, так і комплекс заходів щодо формування асортименту, попиту на продукцію, а також ціноутворення й обслуговування покупців. Але важливо розрізняти збутову та маркетингову політику.

У широкому розумінні збутова політика є як процесом розподілу виробленої підприємством продукції, так і процесом післяпродажного обслуговування. Маркетингова політика, 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. Тому слід мати на увазі, що маркетингова діяльність є ширшою, аніж збутова.

Сутність збутової політики полягає в організації безперебійної та безконфліктної реалізації продукції та послуг фірми, а також забезпеченні доступності виробленого фірмою товару для споживача.

Цілями збутової політики є:

– формування й розвиток структури каналів розподілу та системи управління;

– вибір методів збуту за різними групами товарів;

– забезпечення надходження грошових коштів за реалізовану продукцію та послуги [5].

Інструментами збутової політики є:

– канали розподілу;

– методи і форми збуту товарів;

– посередники;

– фірмові продажі;

– сервіс;

– логістика збуту (складування і транспортування);

– ефективне управління мережею збуту товарів [5].

Розмаїття існуючих підходів до визначення сутності поняття збутової діяльності підприємства вимагає його уточнення для поєднання у ньому складових збутової діяльності та її визначних особливостей. На підставі аналізу, узагальнення й систематизації існуючих підходів визначатимемо збутову політику як взаємопов'язану сукупність усіх елементів збутової діяльності, що є спрямованими на задоволення потреб споживачів і забезпечення ефективності збуту, а саме збутових і маркетингових стратегій, комплексу заходів щодо формування асортименту, попиту та цін, а також обслуговування, кредитування, знижок, розподілу товару та інших аспектів збуту [1–8].

Зростання ролі збутової діяльності підприємства на сучасному етапі зумовлене низкою причин: за часів товарного насичення неможливо обійтися без спеціальних, наближених до покупця, збутових мереж; нині посилюється боротьба за споживача, що потребує постійного вдосконалення збутової діяльності, підвищення її ефективності. Існує необхідність підвищення конкурентноспроможності підприємства, що значною мірою зумовлено організацією його збутової діяльності.

На збутову діяльність підприємства істотно впливають керовані та некеровані фактори, відповідно виникають проблеми як зовнішнього, так і внутрішнього характеру. До проблем зовнішнього характеру належать такі, що

є пов'язаними із взаємовідносинами підприємств з іншими учасниками ринку. До основних зовнішніх проблем, що впливають на діяльність вітчизняних підприємств за сучасних умов, фахівці відносять низьку платоспроможність споживачів, вплив значної кількості неконтрольованих факторів, необхідність адаптації керівників і співробітників підприємств до змін.

До внутрішніх проблем збутової діяльності підприємств належать функціональні та системні проблеми збуту. До функціональних проблем можна віднести дезорганізацію, що проявляється в роз'єднаності зусиль служби збуту та інших відділів підприємства. До системних проблем належать відсутність стратегічного підходу до збутової діяльності підприємства, недостатнє знання поточного й перспективного стану ринку, непідготовленість підприємства до змін попиту, недосконала система інформаційного забезпечення збутової діяльності.

Таким чином, дослідження наукових праць щодо збутової політики підприємства та діяльності вітчизняних підприємств дозволило зробити висновки, що за сучасних умов питання збутової політики є надзвичайно актуальними. Зміни у зовнішньому середовищі потребують відповідної адаптації збутових методів і збутового інструментарію, перегляду принципів сучасної збутової політики. Практика засвідчує, що потрібні глибокі наукові дослідження з питань управління збутовою діяльністю підприємства на принципах маркетингу, формування нової системи збуту, адекватної сучасним умовам, такої, що враховує особливості вітчизняної економіки. Усім цим обумовлено актуальність проблем формування ефективної маркетингової збутової політики на вітчизняних підприємствах. Збутова політика є невід'ємною і найважливішою складовою маркетингової діяльності. Ефективна збутова діяльність сприяє істотному підвищенню конкурентоспроможності підприємства.

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

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. Словарь бизнес-терминов. М. : Инфра-М ; Весь Мир, 1998. 3500 с. **3.** Бурцев В. В. Совершенствование системы управления сбытом продукции. *Маркетинг в России и за рубежом.* 2002. № 6. С. 57–69. **4.** Годин А. М. Маркетинг : учебник. М. : Дашков и К°, 2009. 652 с. **5.** Крылова Г. Д., Соколова М. И. Маркетинг. Теория и 86 ситуаций : учебное пособие для вузов. М. : Юнити-Дана, 1999. 520 с. **6.** Маслова Т. Д., Божук С. Г., Ковалик Л. Н. Маркетинг. СПб. : Питер, 2010. 576 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. **8.** Наумов В. Н. Маркетинг сбыта : научно-методическое пособие / под научн. ред. Г. Л. Багиева. СПб. : Изд-во СПбГУЭФ, 2005. 294 с. **9.** Ефективність реклами. Доступний маркетинг. URL: http://marketing-helping.com/konspekti-lekcz/21-konspekt-lekczj-qosnovi-marketinguq/435-efektivnst-reklami.html. **10.** Карманный словарь маркетолога. URL: http://www.infowave.ru/lib/pocket.

ОРГАНІЗАЦІЯ АНАЛІЗУ ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ НА ПІДПРИЄМСТВІ

УДК 005.52.936

Вежичаніна М. А.
Соловйова Г. А.

Студент 3 курсу
факультету консалтингу і міжнародного бізнесу ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Деталізовано види аналізу господарської діяльності, визначено їх основну ідею. Розглянуто етапи проведення аналізу на підприємстві, в організації, установі.*

Ключові слова: *підприємство, організація, установа, господарська діяльність, фінанси, виявлення резервів.*

© Авраменко Т. І., 2018

Аннотация. *Детализированы виды анализа хозяйственной деятельности, определена их основная идея. Рассмотрены этапы проведения анализа на предприятии, в организации, учреждении.*

Ключевые слова: *предприятие, организация, учреждение, хозяйственная деятельность, финансы, выявление резервов.*

Annotation. *The types of analysis of economic activity are detailed, their main idea is defined. The stages of analysis in the enterprise, organization, institution.*

Keywords: *enterprise, organization, institution, economic activity, finance, identification of reserves.*

За умов сучасної ринкової економіки важливого значення набуває аналіз господарської діяльності, без якого жодне підприємство не може ефективно працювати. Аналізом господарської діяльності є вивчення результатів роботи підприємства за конкретний період, оцінка ефективності діяльності задля виявлення резервів.

Метою написання статті є визначення етапів аналізу господарської діяльності підприємства, організації, установи.

Дослідженням питань аналізу господарської діяльності займалися і займаються чимало науковців, серед них Савицька Г. В., Косова Т. Д., Сіменко І. В., Ганін В. І. та ін.

Розглядають кілька видів аналізу: попередній (перспективний), подальший (історичний), оперативний, підсумковий, внутрішньофірмовий, міжфірмовий, періодичний, разовий, внутрішній, зовнішній, суцільний, вибірковий, комплексний, тематичний та ін.

З кожним роком роль аналізу доволі швидко зростає, що зумовлено неухильним підвищенням ефективності виробництва, зростанням конкуренції, відходом за умов ринкової економіки від командно-адміністративної системи управління та пов'язаним із цим посиленням відповідальності за прийняті рішення, створенням нових форм господарювання.

Виділяють три основні етапи проведення аналізу: підготовчий, основний і заключний (рис. 1) [3].

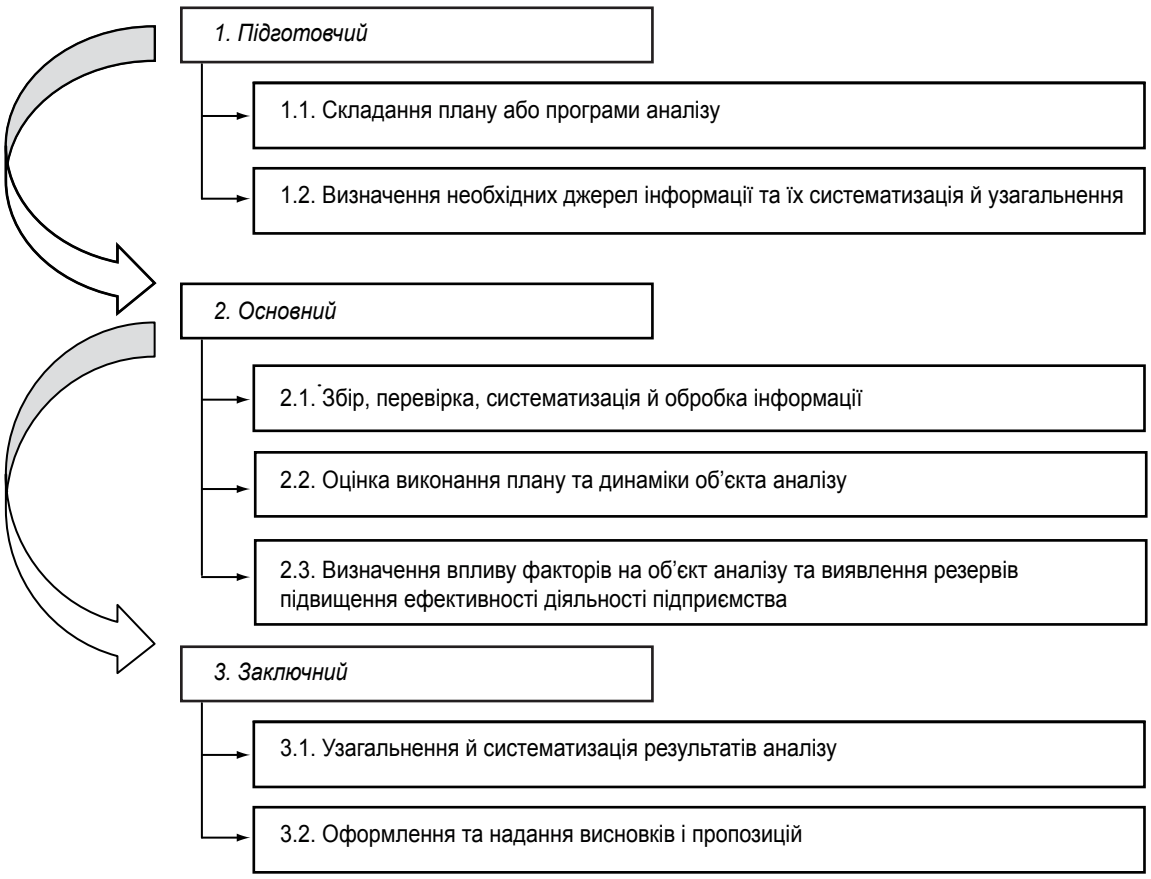


Рис. 1. **Основні етапи проведення аналізу**

Розглянемо складові підготовчого етапу.

1. Складання плану для проведення аналізу:

– визначення мети й об'єктів аналізу: об'єкт має надавати змогу отримати найповніші відповіді на поставлені питання;

– ознайомлення з матеріалами та результатами, отриманими у процесі попереднього аналізу, що дасть змогу оцінити проведену раніше роботу;

– складання графіка проведення аналітичної роботи;

– перелік виконавців та їх обов'язків; кількість виконавців залежить від програми аналізу і його термінів;

– визначення методики аналітичної оцінки.

2. Визначення необхідних джерел інформації та їх систематизація:

– збір і перевірка достовірності інформації;

– систематизація матеріалів;

– обробка даних і заповнення аналітичних таблиць;

– вивчення причин відхилення фактичних показників від планових;

– оцінка динаміки об'єкта аналізу;

– виявлення резервів для підвищення ефективності підприємства.

Головною умовою успішного аналізу є достовірність і повнота інформації, що дозволяє реально зрозуміти всі нюанси господарської діяльності підприємства. Тому етап розпочинається з підбору, перевірки повноти та якості наявної інформації.

3. Заключний етап. Узагальнення результатів та управлінських рішень, що спрямовані на підвищення ефективності діяльності:

– підсумкова оцінка діяльності й узагальнення отриманої інформації;

– формування висновків для прийняття управлінських рішень;

– розробка заходів задля усунення недоліків;

– підготовка актів, призначення осіб, відповідальних за виконання рішень.

Підготовчий етап має важливе значення, він указує на всі невраховані фактори та деталі. За таких умов виникає необхідність коригувати мету та методику проведення аналізу.

За сучасних умов господарювання недооцінка аналізу господарської діяльності є великою помилкою в планах та управлінських діях, що може спричинити значні втрати як часу, так і грошових коштів.

Аналіз господарської діяльності як наука є пов'язаним із:

– науковим обґрунтуванням бізнес-планів;

– прийняттям рішень на підприємстві;

– виявленням позитивних і негативних факторів впливу;

– пошуком невиявлених резервів [1].

За аспектами дослідження розрізняють такі види аналізу: фінансовий, соціально-економічний, економіко-екологічний, техніко-економічний та інвестиційний. До фінансового належить процес дослідження фінансового механізму, що є одним із найважливіших видів аналізу, оскільки головним у підприємницькій діяльності є прибуток, а його неможливо досягти без фінансових ресурсів. Фінансові ресурси – це грошові кошти, які є у власності підприємства, фірми, організації. Якщо не проводитиметься фінансовий аналіз, підприємство може стати банкрутом, оскільки не знатиме, чи правильно та ефективно витрачаються фінансові ресурси [2].

Аналіз може бути внутрішнім і зовнішнім. Зовнішній аналіз діагностує і дає прогнози фінансового стану підприємства, фірми, організації. Внутрішній аналізує процес формування, розміщення та ефективного використання капіталу підприємства. Його призначенням є пошук резервів і складання програми заходів задля підвищення ефективності, фінансової стійкості та зниження ризиків.

Основним призначенням соціально-економічного аналізу є вивчення причинно-наслідкових взаємозв'язків економічних та соціальних процесів, які впливають один на одного та на економічну діяльність підприємства, організації, установи. Проведення соціально-економічного аналізу сприяє поліпшенню умов праці, підвищенню мотивації робітників, задоволеності працею.

Основним змістом економіко-економічного аналізу є дослідження взаємодії економічних та екологічних процесів, що є пов'язаними з покращенням зовнішнього середовища й витратами на екологію. Основною метою є створення екологічно чистої продукції, підвищення ефективності природоохоронних заходів і безпечності виробництва [1; 3].

Техніко-економічний аналіз орієнтується на вивчення організаційного та науково-технічного рівня підприємства, удосконалення техніки, підвищення ефективності діяльності. Він вивчає причинно-наслідкові зв'язки економічних і технічних явищ, що впливають один на одного та на фінансові результати.

Для розробки програм та оцінки ефективності інвестиційної діяльності використовують інвестиційний аналіз, завдяки якому визначають оптимальні варіанти інвестиційних проектів [2].

Таким чином, на підставі узагальнення викладеної інформації можемо стверджувати, що для всіх організацій, установ і підприємств аналіз має надзвичайно важливе значення. Його проводять на всіх підприємствах, у фірмах та організаціях, що дає змогу отримати важливу інформацію, використовувану для підвищення ефективності діяльності суб'єкта господарювання. Фінансовий аналіз є одним із основних його видів; його потрібно проводити обов'язково за певний період часу. Аналіз є однією з найважливіших функцій управління підприємством, організацією, установою, сполучною ланкою між прийняттям управлінських рішень та обліком. Уся інформація обробляється й аналізується. За допомогою аналізу здійснюють ідентифікацію проблем, визначають причини їх виникнення, виявляють помилки й прорахунки, з огляду на виявлені резерви визначають перспективи подальшої діяльності.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Сапрун Г. Г.

Література: 1. Сіменко І. В., Косова Т. Д. Аналіз господарської діяльності : навч. посіб. / за заг. ред. І. В. Сіменко, Т. Д. Косової. Київ : Центр навч. літ., 2013. 384 с. **2.** Ганін В. І. Аналіз господарської діяльності підприємства: методологія, організація, методика : навч. посіб. Харків : Вид-во ТОВ «С. А. М.», 2013. 308 с. **3.** Савицька Г. В. Аналіз господарської діяльності підприємства : навч. посіб. Київ : Знання, 2007. 668 с.

ДЕРЖАВНИЙ ФІНАНСОВИЙ КОНТРОЛЬ ЯК ФУНКЦІЯ ДЕРЖАВНОГО УПРАВЛІННЯ

УДК 336:35.078.3

Гаспарова А. Е.

Студент 3 курсу
факультету консалтингу і міжнародного бізнесу ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Визначено теоретичні основи державного фінансового контролю. Розглянуто особливості державного фінансового контролю як функції державного управління. Аргументовано невід'ємність державного фінансового контролю від системи державного управління.*

Ключові слова: *держава, фінанси, державний фінансовий контроль, функція державного управління.*

Аннотация. *Определены теоретические основы государственного финансового контроля. Рассмотрены особенности государственного финансового контроля как функции государственного управления. Аргументирована неотделимость государственного финансового контроля от системы государственного управления.*

Ключевые слова: *государство, финансы, государственный финансовый контроль, функция государственного управления.*

Annotation. *The theoretical foundations of state financial control are determined. The features of state financial control as a function of government are considered. The inseparability of state financial control from the system of government is argued.*

Keywords: *state, finances, state financial control, function of state administration.*

© Гаспарова А. Е., 2018

Державний фінансовий контроль є одним з основних засобів здійснення фінансово-правової політики, найважливішим важелем фінансового механізму. Його призначенням є сприяння успішній реалізації фінансової стратегії і тактики, доцільному та ефективному розподілу й використанню фінансових ресурсів.

Актуальність державного фінансового контролю як функції державного управління є незаперечною, оскільки ефективний дієвий контроль є необхідною умовою існування сильної держави і важливим фактором державотворення.

Дослідженням сутності фінансового контролю займалися і займаються Дікань Л. В., Пивоваров К. В. та ін. Однак, деякі теоретичні аспекти державного фінансового контролю і донині залишаються невирішеними.

Метою написання статті є аналіз функції державного управління, а саме державного фінансового контролю. Завданням наукової роботи є обґрунтування необхідності та значення державного фінансового контролю.

Україна вже побудувала ринкові відносини, характерною ознакою яких є існування різних форм власності. За таких умов роль державного управління і контролю як його важливої функції значно зростає. Змінюються їх призначення, форми роботи, а у деяких галузях і обсяг, однак, значення в цілому не зменшується.

Згідно із Законом України «Про основні засади здійснення державного фінансового контролю в Україні» державний фінансовий контроль – це урядовий фінансовий контроль, здійснюваний органами державного фінансового контролю щодо забезпечення законного ефективного економного та результативного формування, розподілу, управління й використання державних ресурсів суб'єктами контролю. Він є спрямованим на попередження, виявлення й усунення порушень фінансово-бюджетної дисципліни [1].

Державне управління є практичним організуючим і регулюючим впливом держави на суспільну життєдіяльність людей задля упорядкування, збереження або перетворення. Державний фінансовий контроль та державне управління є явищами самостійними, що у взаємодії утворюють стійку систему. Контроль у процесі державного управління є головним фактором, що об'єднує цикли управління, складовими яких є функціонально-логічні стадії: прийняття управлінського рішення, його виконання, контроль і перевірка виконання й оцінка результатів. Це свідчить про те, що контроль є необхідною самостійною стадією управління.

Метою державного фінансового контролю як функції управління є забезпечення ефективної діяльності суб'єкта господарювання через виконання завдань, що постають перед системою управління таким суб'єктом [2].

Цілісна система державного фінансового контролю в Україні ще не склалася, хоча її основні елементи вже функціонують. Однак, вони діють розрізнено, за умов недосконалої і часом суперечливої нормативно-правової бази. Правомірне ефективне економне й раціональне використання державних коштів є важливою передумовою правильного управління державними фінансами та дієвості прийнятих відповідними установами управлінських рішень. Досвід зарубіжних країн засвідчує, що для досягнення цієї мети необхідний ефективно діючий вищий орган фінансового контролю, незалежний статус якого законодавчо закріплений.

На фінансовому ринку державний контроль передбачає здійснення державою комплексу заходів щодо впорядкування правовідносин між учасниками фінансового ринку задля забезпечення його справедливості, прозорості, ефективності та запобігання зловживанням і порушенням на ньому [3].

Фінансовий контроль як функція державного управління є характерним для будь-якої держави. У демократичній державі він набуває особливого характеру. Контроль з боку держави за суспільними інститутами й окремими аспектами життя його громадян і суб'єктів господарювання обов'язково доповнюється незалежним фінансовим контролем за діями самої держави з боку парламенту, органів державного аудиту та інститутів громадського суспільства.

Контроль є невід'ємною складовою управління, що підтверджено у ст. 1 Лімської декларації керівних принципів контролю, прийнятій IX конгресом Міжнародної організації вищих органів фінансового контролю (INTOSAI) у 1977 р.: «організація контролю є обов'язковим елементом управління суспільними фінансовими ресурсами, оскільки результатом такого управління є відповідальність перед суспільством» [4].

Державний контроль фінансового ринку є невід'ємною і важливою складовою державного регулювання економіки, оскільки має забезпечити цей процес достовірною інформацією про використання господарюючими структурами фінансових ресурсів, ефективність здійсненого регулювання та наявність відхилень від установлених норм, що перешкоджають формуванню, цільовому та ефективному використанню державних фінансових ресурсів, а також дає змогу вжити необхідних заходів для блокування негативних явищ і профілактики їх на майбутнє. На рисунку схематично зображено місце державного фінансового контролю в системі державного управління (рис. 1) [1–4].

Фінансовий контроль як функція державного управління є спрямованим на досягнення основної мети – попередження і блокування відхилень діяльності суб'єкта державного управління від заданої управлінської програми, а у разі виявлення помилок в діяльності, зловживанні правами – приведення керованої системи у стійкий стан за застосування всіх соціальних регуляторів.

Рис. 1. **Державний фінансовий контроль у системі державного управління**

Таким чином, державний контроль на фінансовому ринку є особливою управлінською функцією держави, реалізація якої передбачає встановлення правових норм, що визначають порядок використання суб'єктами господарювання фінансових ресурсів, проведення моніторингу чи інших контрольних дій за дотриманням цих норм, виявлення правопорушень у частині використання фінансових ресурсів, їх усунення, блокування незаконних фінансових операцій і здійснення заходів щодо компенсації збитків, завданих державі, суб'єктам господарювання та громадянам.

Науковий керівник – викладач Шевченко І. О.

Література: 1. Про основні засади здійснення державного фінансового контролю в Україні : Закон України від 26.01.1993 2939-XII // База даних «Законодавство України» / Верховна Рада України. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2939-12/ed19930126. **2.** Дікань Л. В., Кожушко О. В., Лядова Ю. О. Контроль у бюджетних установах: теорія та практика : монографія / за заг. ред. Л. В. Дікань. Харків : ХНЕУ, 2016. 330 с. **3.** Пивоваров К. В. Особливості фінансового контролю як функції державного управління. *Інвестиції: практика та досвід.* 2013. № 13. С. 89–92. **4.** Лімська Декларація керівних принципів контролю від 01.01.1977 № 604_001 // База даних «Законодавство України» / Верховна Рада України. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/604_001.

ПРИБУТОК І РЕНТАБЕЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА: СУТНІСТЬ, ПОКАЗНИКИ ТА ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ

УДК 336.01

Гаспарова А. Е.

Студент 3 курсу
факультету консалтингу і міжнародного бізнесу ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Розглянуто сутність і систему показників прибутку та рентабельності підприємств (організацій). Досліджено механізм формування фінансових результатів суб'єктів господарювання. Визначено фактори впливу і шляхи підвищення прибутку та рентабельності підприємства.*

Ключові слова: *підприємство, організація, фінанси, фінансовий результат, фінансова стійкість, капітал, прибуток, рентабельність, ефективність.*

Аннотация. *Рассмотрены сущность и система показателей прибыли и рентабельности предприятий (организаций). Исследован механизм формирования финансовых результатов субъектов хозяйствования. Определены факторы влияния и пути повышения прибыли и рентабельности предприятия.*

Ключевые слова: *предприятие, организация, финансы, финансовый результат, финансовая устойчивость, капитал, прибыль, рентабельность, эффективность.*

Annotation. *The essence and system of indicators of profit and profitability of enterprises (organizations) are considered. The mechanism of formation of financial results of business entities is investigated. The factors of influence and ways to increase profits and profitability of the enterprise are determined.*

Keywords: *enterprise, organization, finance, financial result, financial stability, capital, profit, profitability, efficiency.*

За умов ринкових відносин головним критерієм оцінки ефективності діяльності будь-якого підприємства є його прибутковість і рентабельність. Досягненню високого рівня цих показників сприяє глибоке економічне дослідження формування фінансових результатів діяльності як основи для прийняття зважених рішень щодо їх економічного регулювання, визначення впливу низки факторів, які формують такі результати.

Дослідженням сутності понять прибутку та рентабельності займалися і займаються чимало вітчизняних і зарубіжних науковців, серед них Отенко І. П., Азаренков Г. Ф., Іващенко Г. А., Бойчик І. М., Мельник М. В., Кривцов А. І., Горлова О. В. та ін.

Метою написання статті є визначення сутності й обґрунтування важливості прибутку та рентабельності, а також окреслення шляхів їх підвищення.

Традиційні методологія і методика оцінки ефективності виробництва є орієнтованими передусім на валові показники. Проблема формування фінансових результатів при цьому залишається другорядною, отже, за сучасних умов потребує вирішення. Оскільки прибутковість підприємств залежить не тільки від валових показників виробництва, економічне дослідження фінансових результатів має надати інформацію про кількісний і якісний вплив на них не лише економіко-організаційних і технологічних факторів, які формуються безпосередньо на підприємстві, а й зовнішніх: кон'юнктури, цінової та податкової політики, паритетності взаємин із виробниками сировини.

Прибуток – це об'єктивна економічна категорія товарно-грошових відносин, яка охоплює широке багатогранне коло суспільних відносин, пов'язаних з утворенням, розподілом і використанням додаткового продукту, що знаходить відображення у економічних відносинах між робочим і підприємством, між підприємствами однієї і різних галузей виробництва у процесі їх господарської діяльності, між підприємствами і державою через фінансово-банківську систему [4].

Механізм формування фінансових результатів підприємства подано на рис. 1 [4].

Прибуток показує абсолютний ефект діяльності підприємства без урахування ресурсів, вкладених підприємством для здійснення своєї діяльності, тому його слід доповнювати показниками рентабельності, які і характеризують ступінь прибутковості підприємства. Рентабельність – це якісний вартісний показник, що характеризує рівень віддачі вкладених витрат або рівень використання ресурсів, які є в наявності у підприємства, пов'язаний із досягненням певного господарського результату. Підприємство є рентабельним, якщо сума виручки від усіх видів діяльності звітного періоду покриває не тільки витрати, але і є достатньою для утворення прибутку. Отже, рента-

© Гаспарова А. Е., 2018

бельність характеризує результативність (ефективність) роботи підприємства, дає уявлення про здатність підприємства збільшувати вкладений капітал [2].

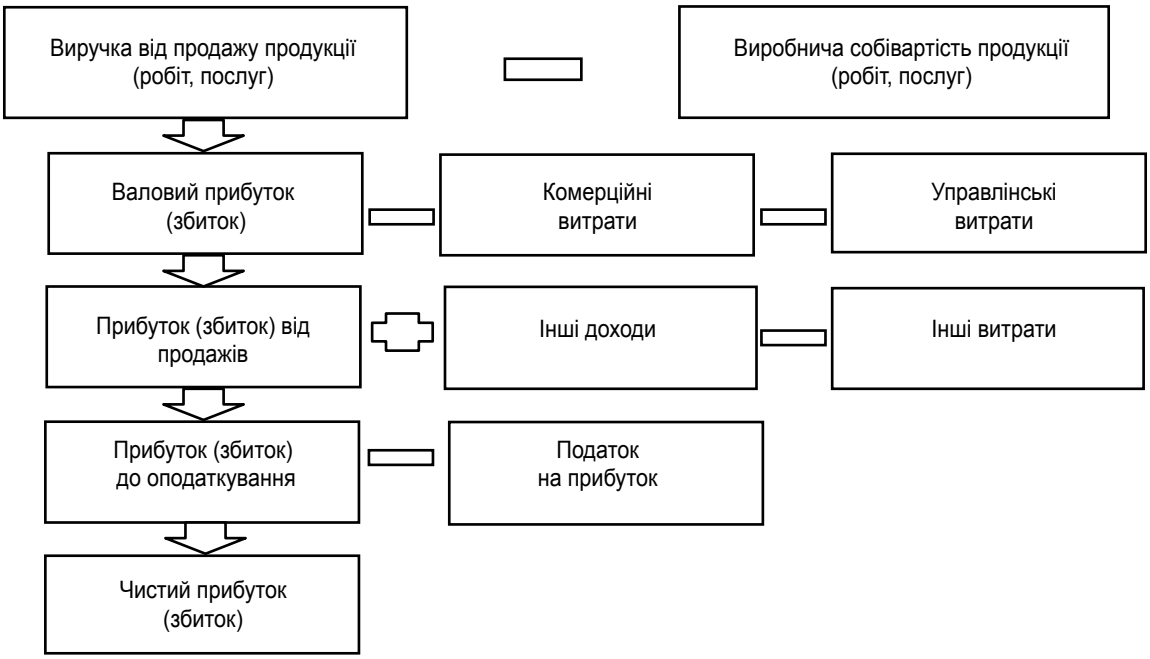


Рис. 1. **Механізм формування фінансових результатів підприємства**

Прибуток, одержуваний підприємством від виробничо-господарської діяльності, є:
- головною метою підприємницької діяльності;
- критерієм ефективності конкретної виробничої (операційної) діяльності;
- основним внутрішнім джерелом формування фінансових ресурсів підприємства;
- головним джерелом зростання ринкової вартості підприємства;
- найважливішим джерелом задоволення соціальних потреб підприємства;
- основним захисним механізмом, що захищає підприємство від загрози банкрутства;
- характеристикою ступеня ділової активності та фінансового благополуччя підприємства [3].

Систему показників рентабельності підприємства подано на рис. 2 [3].

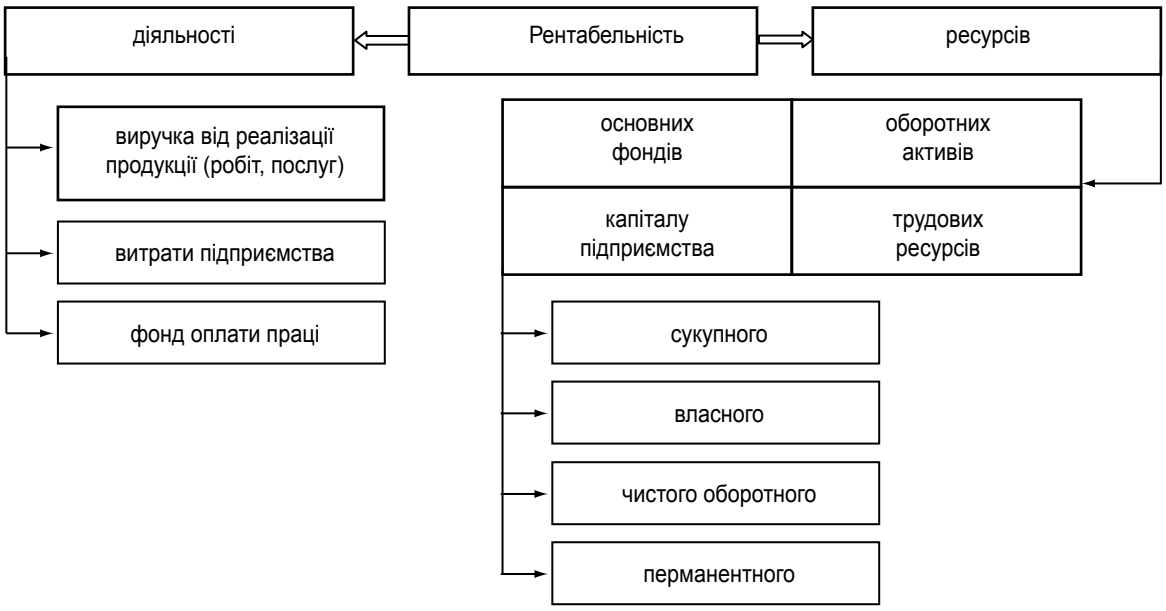


Рис. 2. **Система показників рентабельності підприємства**

Рентабельність підприємства формується під впливом групи взаємопов'язаних факторів, які за своїм складом по-різному впливають на результати господарської діяльності підприємства (як позитивно, так і негативно), у зв'язку із чим їх класифікують за різними критеріями: порядком формування, джерелами формування, видами діяльності. Фактори, що впливають на величину фінансових результатів звітного періоду, подано на рис. 3 [4].

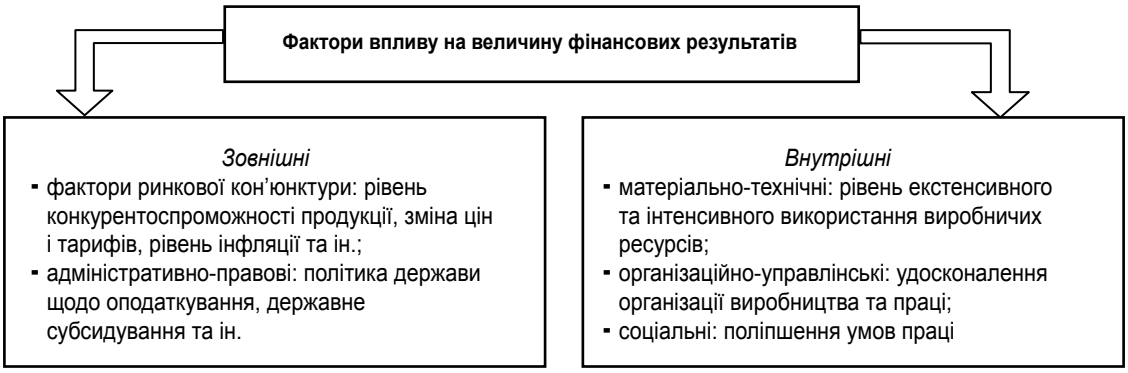


Рис. 3. **Фактори впливу на величину фінансових результатів**

За сучасних ринкових умов важливо оперативно управляти прибутком підприємства, намагаючись отримати як мінімум запланований прибуток. Особливу увагу слід приділяти оптимізації розподілу прибутку з точки зору ефективності підприємницької діяльності. Підприємство має сфокусувати свою виробничу діяльність на реалізації іншої, не менш важливої мети – забезпеченні ліквідності та платоспроможності підприємства, що можливо на підставі оперативного відстеження ринкової ситуації, фінансового стану покупців і умов реалізації продукції.

Таким чином, прибуток як підсумковий фінансовий результат діяльності підприємств є різницею між загальною сумою доходів і витратами на виробництво та реалізацію продукції з урахуванням збитків від різних господарських операцій звітного періоду. Показники рентабельності повніше, ніж прибуток, характеризують підсумкові результати господарювання, оскільки їх величина відображає співвідношення ефекту з вкладеним капіталом або спожитими ресурсами.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Сапрун Г. Г.

Література: 1. Мельник М. В., Кривцов А. И., Горлова О. В. Комплексный экономический анализ : учебное пособие. М. : Инфра-М, 2014. 368 с. **2.** Бойчик І. М. Економіка підприємства : підручник. Київ : Кондор, 2016. 378 с. **3.** Кутернега Ю. Е. Пути повышения прибыли предприятия в современных условиях. *Символ науки*. 2017. № 4. С. 119–121. **4.** Отенко І. П., Азаренков Г. Ф., Іващенко Г. А. Фінансовий аналіз : навч. посіб. Харків : ХНЕУ, 2015. 156 с.

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ОРГАНІЗАЦІЇ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ НА ПІДПРИЄМСТВІ

УДК 658.8

Гладиш Д. Г.

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

Анотація. *Досліджено сутність та основні поняття маркетингової діяльності. Визначено основні концепції маркетингу, необхідні для організації підприємства певної галузі або на конкретному ринку. Обґрунтовано підходи до організації маркетингової діяльності, що є пов'язаними із постійним удосконаленням управлінської структури відділу маркетингу. Проаналізовано засоби комплексу маркетингових комунікацій та ефективного використання системного підходу і методів просування товарів і послуг за сучасних умов.*

Ключові слова: *підприємство, організація, маркетингова діяльність, концепції маркетингу, організація маркетингової діяльності, комплекс маркетингових комунікацій, методи просування.*

Аннотация. *Исследованы сущность и основные понятия маркетинга. Определены основные концепции маркетинга, необходимые для организации предприятия определенной отрасли или на конкретном рынке. Обоснованы подходы к организации маркетинговой деятельности, связанные с постоянным совершенствованием управленческой структуры отдела маркетинга. Проанализированы средства комплекса маркетинговых коммуникаций и эффективного использования системного подхода и методов продвижения товаров и услуг в современных условиях.*

Ключевые слова: *предприятие, организация, маркетинговая деятельность, концепции маркетинга, организация маркетинговой деятельности, комплекс маркетинговых коммуникаций, методы продвижения.*

Annotation. *The essence and basic concepts of marketing are investigated. The basic marketing concepts that are necessary for the organization of an enterprise of a particular industry or on a specific market are defined. Substantiated approaches to the organization of marketing activities, due to the continuous improvement of the management structure of the marketing department. The tools of the complex of marketing communications and the effective use of a systematic approach and methods of promoting goods and services in modern conditions are analyzed.*

Keywords: *enterprise, organization, marketing activities, marketing concepts, organization of marketing activities, marketing communications complex, promotion methods.*

Останнім часом зі зростанням ролі маркетингу зростає і роль маркетингової діяльності. Ефективні дії, спрямовані на встановлення зв'язку зі споживачами, стають ключовими факторами успіху будь-якої організації. Сучасний маркетинг вимагає набагато більше, ніж створити товар, який задовольняє потреби клієнта, підприємства мають здійснювати комунікацію зі своїми клієнтами. До того ж у структурі маркетингу не повинно бути нічого випадкового. Маркетингова діяльність – це передбачення, управління та задоволення попиту на товари і послуги, підприємства, людей, території та ідеї шляхом обміну.

Актуальність цієї статті полягає у тому, що маркетингова діяльність підприємств є двобічним процесом: з одного боку, вона передбачає вплив на цільові аудиторії, а з іншого – отримання зустрічної інформації про реакцію цих аудиторій на здійснюваний підприємством вплив. Обидві ці складові є однаково важливими; їхня єдність дає підстави розглядати маркетингову діяльність як систему. Слід розуміти, що жодна компанія не в змозі діяти відразу на всіх ринках, задовольняючи при цьому запити всіх споживачів. Навпаки, компанія процвітатиме лише якщо вона націлена на такий ринок, клієнти якого з найбільшою ймовірністю будуть зацікавлені в її маркетинговій програмі.

Питанням створення та розвитку комплексу маркетингу присвятили свої публікації чимало науковців, серед них Ламбен Ж.-Ж., Манн І., Балабанова Л., Ілляшенко С., Орлов П., Письменников Д., Багієв Г., Григор'єв В., Янченко А. та ін. Питання розвитку інтегрованих маркетингових комунікацій розглядали Котлер Ф., Лаутерборн Р., Сміт П. та ін. Багато дослідників аналізували різні аспекти вдосконалення маркетингової діяльності підприємства: Клименко С., Накарякова В., Шабанова Т.

Метою написання статті є обґрунтування теоретичних засад організації маркетингової діяльності на підприємстві.

Маркетингова діяльність не може існувати без концепції маркетингу: запорукою досягнення мети організації є визначення потреб цільових ринків, мотивацій споживачів і забезпечення задоволення цих потреб ефективні-

© Гладиш Д. Г., 2018

шими методами, ніж методи конкурентів. Основним об'єктом уваги маркетингу є потреби споживачів, кінцевою метою – отримання прибутку через задоволення потреб споживачів, засобами досягнення мети – комплексні зусилля маркетингу [1].

Маркетолог, організовуючи маркетингову діяльність, має відповісти на запитання: як, у який спосіб, де, коли, яким чином буде досягнута мета підприємства. Інакше кажучи, він має перетворити мету і завдання підприємства на маркетингову мету та маркетингову програму. Завданням маркетолога є розробка товарно-ринкової стратегії підприємства [3].

Котлер Ф. розглядає п'ять концепцій управління маркетинговою діяльністю: удосконалення виробництва, удосконалення товару, інтенсифікації комерційних зусиль, маркетингу та соціально-етичного маркетингу (рис. 1) [2].

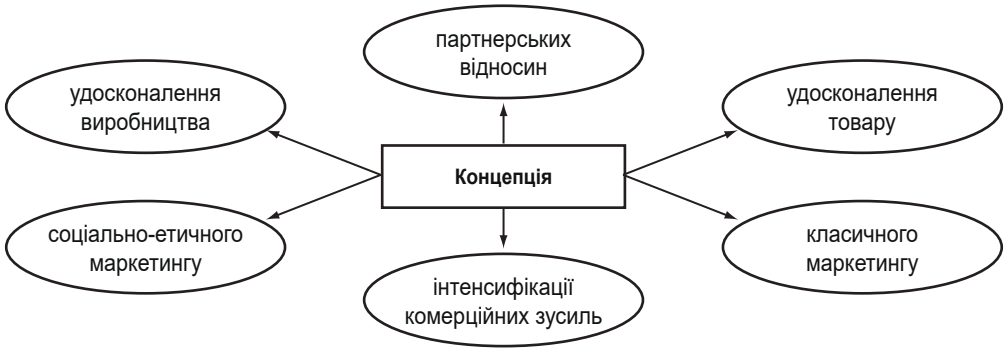


Рис. 1. **П'ять концепцій управління маркетинговою діяльністю**

Проаналізуємо детальніше основні з них. Товарна концепція на перше місце ставить товар, діяльність підприємства є зорієнтованою на постійне вдосконалення товару та розробку достатньої кількості модифікацій виробу. У свою чергу, збутова концепція акцентує увагу на самому процесі збуту. Її застосування є можливим за умови недостатньої обізнаності покупця щодо властивостей товару, коли на поведінку споживача впливають різними засобами: рекламою, переконливими методами продажу, демонстрацією товару, спеціальними знижками тощо [2].

Традиційна маркетингова концепція визначає гарантію успіху, це високий рівень життя покупців, віртуозне володіння інструментами маркетингу, уміння пристосуватися до змін ринку. Застосування концепції партнерських відносин передбачає спрямованість маркетингової діяльності фірми на встановлення довгострокових конструктивних привілейованих стосунків із потенційними клієнтами. Орієнтацією на створення довгострокових відносин між клієнтами, постачальниками, посередниками зумовлено розширення спектра маркетингових функцій [2; 5].

Концепція соціально-етичного маркетингу визначає, що прагнення до прибутку є нормальним орієнтиром діяльності підприємства. Але обраний шлях досягнення такої мети не повинен суперечити моральним нормам і довгостроковим інтересам усього суспільства [2].

Проблеми на підприємствах розпочинаються, якщо маркетологи не володіють ситуацією та не виконують своїх функцій. Ефективний маркетинговий вплив неможливий без організації відповідних управлінських структур: відділів, бюро, секторів та ін. Основні принципи, яких мають дотримуватися маркетологи у своїй діяльності, подано в табл. 1 [4; 5].

Таблиця 1

Принципи організації маркетингової діяльності на підприємстві

Принципи	Визначення
Цілеспрямованість	Відповідність місії, цілям, стратегії та політиці підприємства, спрямованість на розв'язання суто маркетингових проблем, пошук і задоволення потреб споживачів
Чіткість побудови	Розумна спеціалізація, забезпечення єдності керівництва маркетинговою діяльністю, підконтрольність виконавців
Точна визначеність напрямів діяльності	Орієнтація на конкретну концепцію, чіткий розподіл завдань і функцій кожного підрозділу й виконавця, вертикальних і горизонтальних зв'язків
Гнучкість	Своєчасне реагування на зміни у навколишньому бізнес-середовищі
Достатня фінансова забезпеченість як з точки зору виконання маркетингових дій, так і мотивації праці працівників маркетингових служб	
Економічність	Покриття витрат на маркетинг доходами від реалізації маркетингових заходів
Висока кваліфікація кадрів та їх постійна спеціальна перепідготовка	
Активна політика	Пошук ринків, споживачів, незадоволених потреб, творчий підхід до вирішення поставлених маркетингових завдань

Визначені принципи організації маркетингової діяльності є головними, їх дотримання слід постійно контролювати для чіткої скоординованої роботи підприємства.

На маркетолога покладено велику відповідальність, саме він повинен правильно організувати роботу та аналізувати всю маркетингову діяльність підприємства. Іноді для цього необхідно заздалегідь продумати кожне рішення, на підставі якого формується маркетингова стратегія. Жодна маркетингова діяльність неможлива без використання маркетингової комунікації як зв'язку зі споживачем і способу просування товару на ринок [5].

Комунікація є процесом обміну інформацією (фактами, ідеями, поглядами, емоціями тощо) між двома або більше особами, спілкування за допомогою вербальних і невербальних засобів задля передачі та отримання інформації. Для підвищення ефективності маркетингової комунікації потрібно якомога точніше визначити цільову аудиторію, бажану зворотну реакцію, вибрати звернення, обґрунтувати засоби поширення інформації, зібрати інформацію, що надходить каналами зворотного зв'язку. До того ж важливо враховувати соціальне оточення, соціальні умови, у яких відбуваються комунікативні контакти [6].

Елементи маркетингових комунікацій мають різне застосування: прямий маркетинг, стимулювання збуту, реклама в ЗМІ, зв'язки з громадськістю мають бути добре узгодженми та скоординованими. Вагомим теоретичним внеском у створення й розвиток концепції інтегральних маркетингових комунікацій є дослідницька діяльність американських та англійських науковців Танненбаума С. і Шульца Д., які вперше застосували системний підхід до осмислення всієї розмаїтості форм і методів просування товарів і послуг за сучасних умов [6].

Усі елементи маркетингових комунікацій значно розширює та поглиблює перелік заходів маркетингу, призначених не лише для ширшого інформування клієнтів про підприємства та їхню продукцію, а й для безпосереднього впливу на поведінку клієнтів і наукового обґрунтування дій на цільових ринках.

Таким чином, маркетолог, організовуючи маркетингову діяльність, має відповісти на запитання: як, у який спосіб, де, коли, яким чином буде досягнута мета підприємства. Інакше кажучи, він має перетворити мету і завдання підприємства на маркетингову мету та маркетингову програму. У процесі розробки маркетингових рішень маркетолог повинен проаналізувати основні концепції, що впливатимуть на ефективність проведення маркетингової діяльності на обраному ринку. Спочатку слід визначитися, яку стратегію чи тактику має використовувати підприємство. Особливу увагу важливо приділити засобам реалізації та просування товару на споживчому ринку. Такими засобами є комплекс маркетингових комунікацій. Кожний вид комунікації, або комунікативний інструмент, має свої особливості, специфічні заходи та прийоми, може якнайкраще використовуватися за певних ринкових умов. Маркетологу слід розраховувати кожну дію, що є спрямованою на вдосконалення маркетингової діяльності на підприємстві.

Науковий керівник – канд. екон. наук, викладач Ус М. І.

Література: 1. Ресурси. Визначення і сутність маркетингу від різних авторів Power Branding.ru. URL: http://resursy.com/viznachennya-i-sutnist-marketingu-vid-riznih-avtoriv-powerbranding. **2.** Котлер Ф. Основы маркетинга : краткий курс. М. : Вильямс, 2007. 656 с. **3.** Концепції та види маркетингу // Навчальний матеріал онлайн. URL: http://pidruchniki.com/1018040641713/marketing/kontseptsiyi_vidi_marketingu. **4.** Гельмель А. Дніпропетровський університет імені Альфреда Нобеля. Проблеми і перспективи розвитку маркетингу в Україні. URL: http://www.rusnauka.com/17_APSN_2013/Economics/6_141314.doc.htm. **5.** Дерюгина С. Комплекс маркетинговых коммуникаций: элементы, их формы и содержание. URL: https://www.marketing.spb.ru/read/article/a44.htm. **6.** Маркетингові комунікаційні звернення // Підручники для студентів онлайн. URL: https://stud.com.ua/67597/marketing/marketingovi_komunikatsiyni_zvernennya.

ФОРМУВАННЯ МОДЕЛІ ФІНАНСОВОЇ РІВНОВАГИ ДЛЯ ПІДПРИЄМСТВ БУДІВЕЛЬНОЇ ГАЛУЗІ

УДК 658.15:005.21

Глазко Д. Р.

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

Анотація. *Розглянуто динамічну модель фінансової рівноваги підприємств будівельної галузі на підставі матриці Франшона–Романе з метою визначення позиції підприємства щодо господарської та фінансової діяльності. Визначено бажаний напрямок стратегічного розвитку. Із застосуванням матриці Франшона–Романе запропоновано шляхи покращення позиціонування підприємства.*

Ключові слова: *підприємство, організація, виробництво, суб'єкт господарювання, фінанси, фінансова стратегія, модель фінансової рівноваги, фінансово-господарська діяльність, результат господарської діяльності, результат фінансової діяльності, результат фінансово-господарської діяльності, матриця фінансових стратегій Франшона–Романе.*

Аннотация. *Рассмотрена динамическая модель финансового равновесия предприятий строительной отрасли на основании матрицы Франшона–Романе для определения позиции предприятия в плане хозяйственной и финансовой деятельности. Определено предпочитаемое направление стратегического развития. С применением матрицы Франшона–Романе предложены пути улучшения позиционирования предприятия.*

Ключевые слова: *предприятие, организация, производство, субъект хозяйствования, финансы, финансовая стратегия, модель финансового равновесия, финансово-хозяйственная деятельность, результат хозяйственной деятельности, результат финансовой деятельности, результат финансово-хозяйственной деятельности, матрица финансовых стратегий Франшона–Романе.*

Annotation. *A dynamic model of the financial equilibrium of construction enterprises on the basis of the Franchon-Romane matrix is considered to determine the position of an enterprise in terms of economic and financial activities. Defined preferred direction of strategic development. Using the Franchona–Romane matrix proposed ways to improve the positioning of the enterprise.*

Keywords: *enterprise, organization, production, business entity, finance, financial strategy, model of financial equilibrium, 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.*

Нестабільністю економічного середовища зумовлено необхідність упровадження передових систем управління задля підвищення адаптивних характеристик підприємства. Однією зі складових успіху діяльності компанії є вибір стратегії. Фірма може опинитися в скрутному становищі, якщо вчасно не передбачить змінювані обставини та не відреагує на них.

У сучасній економічній літературі існує чимало моделей розробки та класифікації фінансових стратегій фірми, що ґрунтуються на різноманітних фінансових показниках і методологіях [2]. Серед зарубіжних методик можна виділити підхід, у основі якого – класифікація фінансових рішень Сорокіна М.; методику Градова А., підхід Акулова В., фінансову матрицю Франшона Ж. та Романе І., матрицю Бостонської консалтингової групи. Перед підприємством постає завдання вибрати найпридатнішу методику з урахуванням особливостей його розвитку.

Метою написання статті є оцінка позиціонування підприємства будівельної галузі у фінансовій та господарський діяльності за моделлю фінансової рівноваги Франшона–Романе.

Застосування матриці фінансової стратегії Франшона–Романе є достатньо ефективним. Перевагами її застосування є те, що воно дозволяє не тільки визначати поточний стан компанії з точки зору фінансового ризику, але й розглядати ситуацію в динаміці, визначати стратегічний напрямок фінансової стратегії підприємства залежно від зміни ключових показників його діяльності [5].

Застосування матриці фінансової стратегії Франшона–Романе ґрунтується на розрахунку таких показників: результату господарської діяльності, результату фінансової діяльності та результату фінансово-господарської діяльності [5].

Результат господарської діяльності розраховують за формулою:

$$РГД = БРЕІ – ΔФЕП – ΔОФ + ІД, \quad (1)$$

© Глазко Д. Р., 2018

де *БРЕІ* – брутто-результат від експлуатації інвестицій;

ΔФЕП – зміна фінансово-експлуатаційних потреб;

ΔОФ – зміна первісної вартості основних фондів за звітний період;

ІД – інші доходи [5].

Результат фінансової діяльності розраховують за формулою:

$$РФД = \Delta ПК - Вф - ПП - Д + Дук - Вук - ФІд^{-} + Дф, \quad (2)$$

де *ΔПК* – 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 [5].

Результат фінансово-господарської діяльності розраховують за формулою:

$$РФІГД = РГД + РФД, \quad (3)$$

де *РГД* – результат господарської діяльності;

РФД – результат фінансової діяльності [5].

Для формування моделі фінансової рівноваги на підставі матриці фінансових стратегій використано фінансову звітність діяльності компанії ПрАТ «ІБК «Авантаж» за 2008–2016 рр. Результати розрахунків даних *для* формування матриці подано в табл. 1; 2 [3; 5].

Таблиця 1

Динаміка показників матриці Франшона–Романе

Показник	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
1. Додана вартість	127945	52260	2889,4	40120	1739,0	240,4	-790,1	-246	-825
Результат господарської діяльності	84168	6601	-37930	-12032	1446,5	-59,3	-20,2	-1921	-4155
Відношення РГД до ДВ +-10 %	65,8%	12,6%	-1312%	-29,9%	83,18%	-24,6%	2,5%	778,3%	503,5%
Приблизне значення РГД	0	0	-	0	0	-	0	+	0

Таблиця 2

Динаміка показників матриці Франшона–Романе

Показник	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Результат фінансової діяльності	31171	-42598	-43466	-28755	-2733	-2549,6	-1354,1	-1362	-48,6
Результат фінансово-господарської діяльності	115340	-35996	-81397	-40787	-1287	-2608	-1374,3	-3284	-4203
Відношення РФГД ДВ +-10 %	90,15%	-68,8%	-2817%	-101%	-74%	-1085%	173,9%	1330%	509%
Приблизне значення РФГД	0	0	-	0	0	-	0	0	0
Відношення РФД до ДВ +-10 %	24,3%	-81,5%	-1504%	-71%	-157%	-1060%	171,3%	551%	5,8%
Приблизне значення РФД	0	0	-	0	0	-	0	0	0

Матриця Франшона–Романе орієнтує практиків на досягнення стійкої рівноваги – квадранта 2. За умовами життєвого циклу це є стадією зрілості організації, тобто модель не відображає напрямків. Квадранти 1; 2; 3 є квадрантами рівноваги, де результат фінансово-господарської діяльності дорівнює нулю. Квадранти 4; 5; 6 є зоною успіху (зоною створення ліквідних коштів), де значення результату фінансово-господарської діяльності перевищує 0. Квадранти 7; 8; 9 є зоною дефіциту (зоною витрачання), де значення результату фінансово-господарської діяльності є меншим від 0.

За результатами аналізу маємо характеристику фінансової рівноваги підприємства за 2008–2016 рр. (рис. 1) [5].

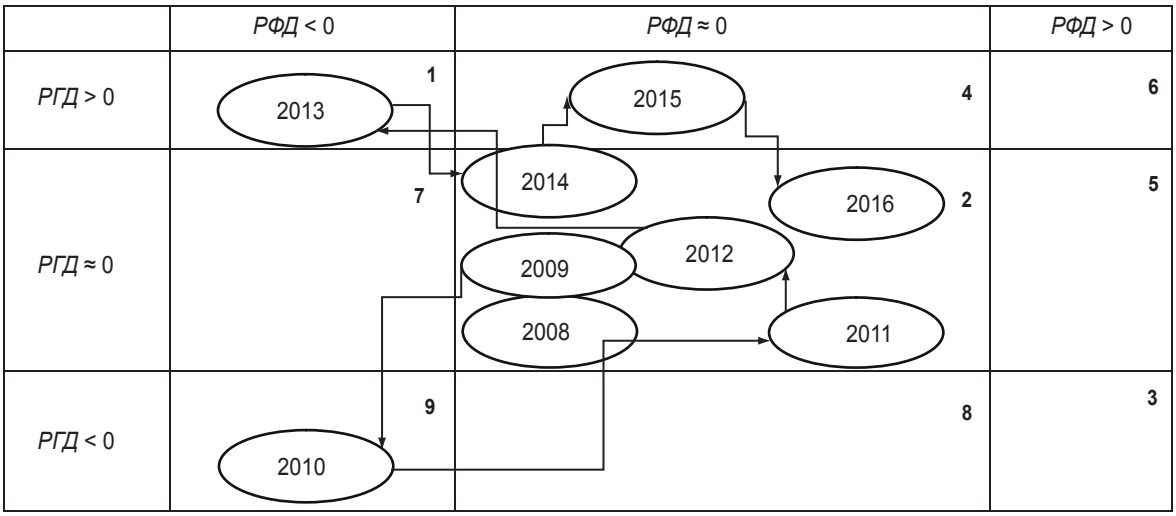


Рис. 1. Матриця фінансової рівноваги ПрАТ «ІБК «Авантаж»

Таким чином, більшу частину своєї фінансової діяльності підприємство проводить у квадранті 2, воно не женеться за конкурентами і водночас не є останнім на ринку. За такої ситуації підприємство перебуває у стані фінансової рівноваги і має найбільшу кількість можливих варіантів зміни фінансового стану. Рекомендовано повернутися до стану 2015 р. – квадранта 4, для цього можна вкласти позики у поточні фінансові інвестиції; це мають бути проекти, що швидко приноситимуть фінансовий прибуток. Є можливість перейти до квадранта 6, для цього можна запропонувати відкрити філіал у області або у сусідньому місті для розширення господарської та фінансової діяльності та подальшого розвитку компанії.

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

Література: 1. Національна комісія з цінних паперів та фондового ринку // Офіційний сайт Національної комісії з цінних паперів та фондового ринку. URL: https://www.nssmc.gov.ua/2018/03/30/smida. **2.** Бланк И. А. Финансовый менеджмент : учебный курс. Киев : Ника-Центр, 2005. 654 с. **3.** Воробьев А. В., Олюнин В. И. Анализ современных зарубежных матричных моделей выбора финансовой стратегии. *Управление экономическими системами.* 2011. № 5 (29). С. 36–48. **4.** Гениберг Т. В., Иванова Н. А., Полякова О. В. Сущность и методические основы разработки финансовой стратегии фирмы. *Научные записки НГУЭУ.* 2009. № 9. С. 68–88. **5.** Дорофеев М. Л. Особенности применения матрицы финансовых стратегий Франшона и Романе в стратегическом финансовом анализе компании. *Финансы и кредит.* 2009. № 23. С. 51–56.

АНАЛІЗ ДІЯЛЬНОСТІ БАНКІВ НА РИНКУ ФІНАНСОВИХ ПОСЛУГ УКРАЇНИ

УДК 336.71

Глущенко Ю. М.
Сергієнко А. В.

Студенти 3 курсу
фінансового факультету ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Розглянуто ринок банківських послуг України. Визначено частку банківських установ на ринку фінансових послуг і частку обсягів їх діяльності. Досліджено та проаналізовано динаміку кількості банків та обсягів їх діяльності на сучасному вітчизняному ринку фінансових послуг.*

Ключові слова: *фінансова установа, банк, банківська діяльність, банківська установа, ринок банківських послуг, ринок фінансових послуг.*

Аннотация. *Рассмотрен рынок банковских услуг Украины. Определены доля банковских учреждений на рынке финансовых услуг и доля объемов их деятельности. Исследована и проанализирована динамика количества банков и объемов их деятельности на современном отечественном рынке финансовых услуг.*

Ключевые слова: *финансовое учреждение, банк, банковская деятельность, банковское учреждение, рынок банковских услуг, рынок финансовых услуг.*

Annotation. *Considered the market of banking services in Ukraine. The share of banking institutions in the financial services market and the share of the volume of their activities are determined. Investigated and analyzed the dynamics of the number of banks and the volume of their activities in the modern domestic financial services market.*

Keywords: *financial institution, bank, banking, banking institution, banking services market, financial services market.*

Банківська система є невід'ємною складовою фінансової системи, а її стабільність і надійність – вирішальною умовою економічної безпеки країни в цілому. Банк є автономним економічно самостійним незалежним комерційним підприємством, що функціонує за умов державного контролю за його діяльністю з боку органів банківського нагляду [1; 2]. Банківська система України складається з Національного банку України та інших банків, а також філій зарубіжних банків, що створені і діють на території України відповідно до положень цього Закону та інших законів України. Банк самостійно визначає напрями своєї діяльності і спеціалізацію за видами послуг. Національний банк України визначає види спеціалізованих банків і порядок набуття банком статусу спеціалізованого [3; 4]. Динаміку кількості суб'єктів на ринку фінансових послуг подано в табл. 1 [4].

Таблиця 1

Динаміка кількості суб'єктів на ринку фінансових послуг

Рік	Кількість банків, од.	Кількість суб'єктів на ринку фінансових послуг, які не є фінансовими установами, од.	Загальна кількість суб'єктів на ринку фінансових послуг, од.	Частка банків на ринку фінансових послуг, %
2012	175	2735	2910	6,01
2013	180	3097	3277	5,49
2014	158	3086	3244	4,87
2015	113	2507	2620	4,31
2016	100	2327	2427	4,12
2017	93	2176	2269	4,10

Бачимо (табл. 1), що у 2012–2017 рр. спостерігалася негативна динаміка кількості вітчизняних банківських установ: починаючи з 2014 р. відбувалося стрімке скорочення їх кількості. У 2012 р. здійснювали свою діяльність 175 банків, у 2013 р. їх кількість зросла на 5 одиниць. Однак, у 2014 р. кількість вітчизняних банківських установ скоротилася на 22 од., у 2015 р. – на 45, у 2016 р. – на 13, а за 2017 – на 7 од. Отже, у 2017 р. на території України діяли 93 банківські установи, тобто за шість останніх років їх кількість скоротилася на 82 од. [4].

На рис. 1 зображено динаміку кількості суб'єктів на ринку фінансових послуг у 2012–2017 рр.

© Глущенко Ю. М., Сергієнко А. В., 2018

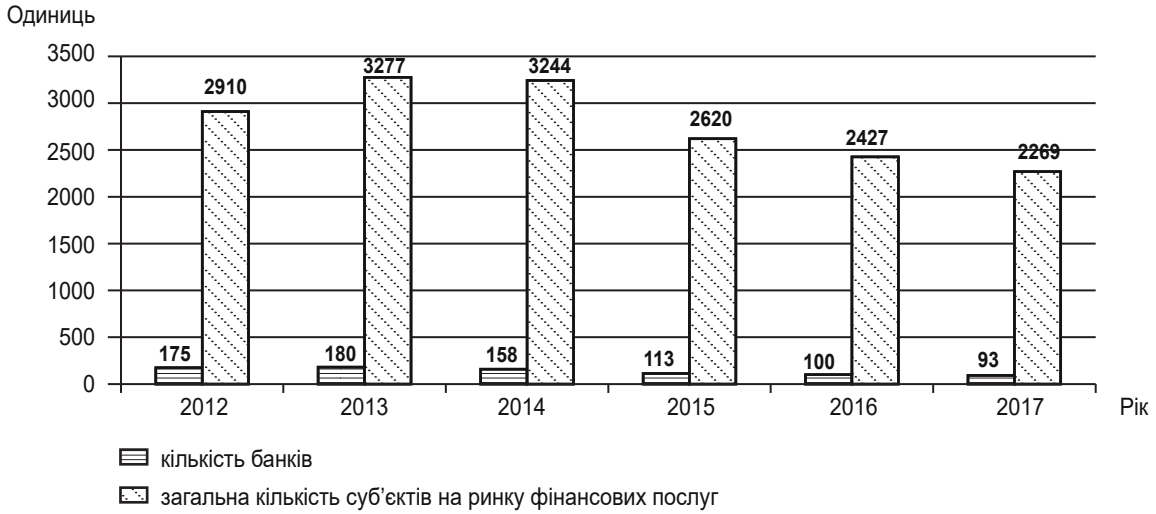


Рис. 1. **Динаміка кількості суб'єктів на ринку фінансових послуг**

Бачимо (рис. 1), що кількість суб'єктів на ринку фінансових послуг, які не є фінансовими установами, значно перевищує кількість банків. Загальна кількість суб'єктів на ринку фінансових послуг у 2012–2017 рр. також змінювалася у негативному напрямку. У 2012–2014 рр. їх кількість була в межах 2900–3300 од., у 2015–2017 рр. кількість зменшилася та становила від 2200 до 2600 од.

Отже, частка банків на ринку фінансових послуг є незначною. На рис. 2 подано частки банківських установ на ринку фінансових послуг [4; 5].

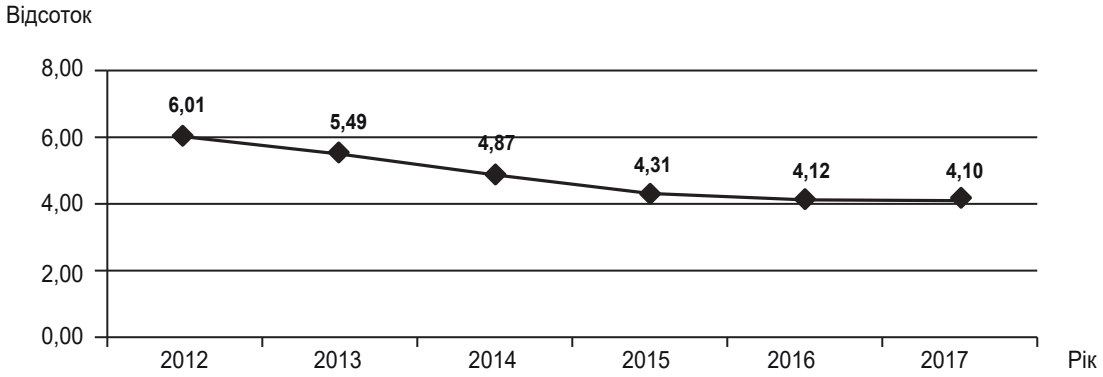


Рис. 2. **Частка банківських установ на ринку фінансових послуг**

Бачимо (рис. 2), що у 2012 р. на ринку фінансових послуг здійснювали діяльність лише 6 % банків, у наступні роки їх частка зменшувалась: у 2013 р. вона становила 5,5 %, у 2014–2017 рр. – перевищувала 4 %. Протягом усього досліджуваного періоду спостерігається негативна динаміка, що є пов'язаним зі значним скороченням кількості банківських установ в Україні з огляду на загальне скорочення кількості суб'єктів на ринку фінансових послуг. Можна зробити висновок, що частка банків на ринку фінансових послуг прямо пропорційно залежала від загальних змін на ринку фінансових послуг: скорочувалася кількість не лише банківських установ, а й інших суб'єктів.

У табл. 2. подано дані про обсяги діяльності на ринку фінансових послуг [4; 5].

Згідно із даними Національного банку України (табл. 2), обсяг діяльності вітчизняних банків у 2012–2017 рр. не мав постійної негативної чи позитивної тенденції. У 2012–2014 рр. обсяг діяльності зростав, найвище значення спостерігалося у 2014 р. – 1316,7 млрд грн. Детальнішу динаміку обсягів діяльності на ринку фінансових послуг подано на рис. 3 [4; 5].

Бачимо (рис. 3), що у 2015–2017 рр. показник перебував на одному рівні, коливання були незначними. В Україні протягом останніх шести років ринок банківських послуг у загальній структурі ринку фінансових послуг становив левову частку. На рис. 4 подано динаміку зміни частки ринку банківських послуг. Значення цього показника у 2012–2017 рр. перебувало на одному рівні, а коливання (рис. 4) були в межах 1 %, що є підставою говорити про

стабільність і циклічність цього показника. Можна припустити, що подальші зміни будуть циклічними і спостерігатиметься незначне зростання [5].

Таблиця 2

Обсяг діяльності суб'єктів на ринку фінансових послуг

Рік	Обсяг діяльності банків, млрд грн	Обсяг діяльності суб'єктів на РФП, які не є фінансовими установами, млрд грн	Загальний обсяг діяльності, млрд грн	Частка ринку банківських послуг, %	Частка ринку на один суб'єкт, млрд грн
2012	1127,2	141,8	1269,1	88,82	6,44
2013	1277,5	176,9	1454,3	87,84	7,10
2014	1316,7	196,7	1513,3	87,00	8,33
2015	1252,6	162,8	1415,4	88,50	11,08
2016	1258,6	160,9	1419,5	88,67	12,59
2017	1253,2	185,8	1439	87,09	13,48

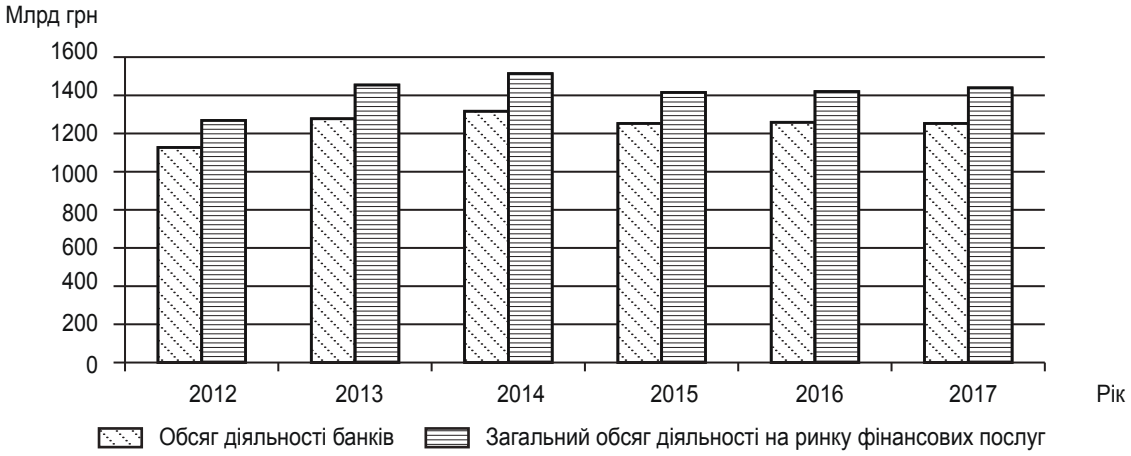


Рис. 3. **Динаміка обсягів діяльності на ринку фінансових послуг**

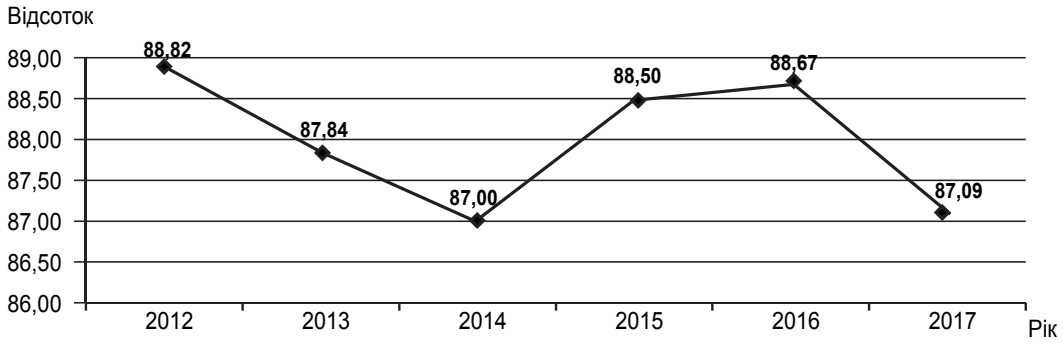


Рис. 4. **Частка ринку банківських послуг у загальній структурі ринку фінансових послуг**

На рис. 5 подано частку ринку банківських послуг на один суб'єкт (2012–2017 рр.) [5].

Бачимо (рис. 5), що частка ринку банківських послуг на один суб'єкт – банківську установу – протягом досліджуваних років є досить значною, цей показник демонструє стрімку позитивну тенденцію. У 2012 р. на один банк припадало 6,44 млрд грн (обсяг діяльності). У 2012–2014 рр. зростання цієї частки відбувалося в межах 1 млрд грн. у 2015 р. спостерігається стрибок показника – відбулося зростання на суму близько 2,6 млрд грн. У 2016–2017 рр. знову бачимо рівномірне зростання у межах 1 млрд грн на один суб'єкт ринку банківських послуг. Таку тенденцію можна обґрунтувати тим, що у 2012–2017 рр. зменшувалася кількість банків, однак, показники обсягів їх діяльності не демонстрували негативну тенденцію. Тож можна зробити висновок, що на сьогодні неплатоспроможні та нерентабельні банки припинили свою діяльність.

Таким чином, дослідження сучасного стану функціонування банківської системи України показало, що протягом останніх років вона перебуває у стані затяжної кризи, ступінь впливу якої є визначуваним системою факторів, основними серед яких є військово-політична нестабільність, загальноекономічна дестабілізація, невисокий

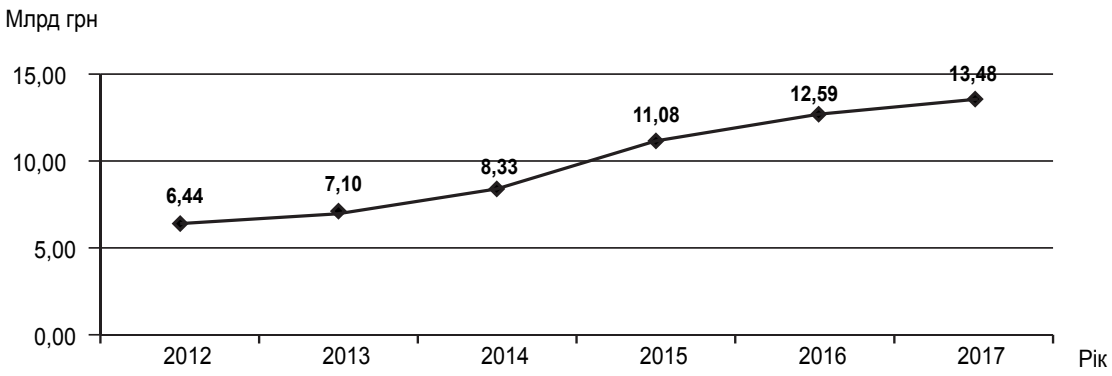


Рис. 5. **Частка ринку банківських послуг на один суб'єкт**

рівень капіталізації банків, зниження банківської ліквідності, слабка диференціація банківських послуг, загрозливий вплив тіньової економіки, значна економічна та географічна концентрація, зниження довіри населення до банківського сектора та продуктів, що пропонують його суб'єкти, суттєві частки проблемних активів на балансі банків, низький рівень ризик-менеджменту банків і недосконала система захисту депозитних вкладів.

Науковий керівник – канд. екон. наук, викладач Давиденко Д. О.

Література: 1. Холодна Ю. Є., Рац О. М. Банківська система : навч. посіб. Харків : ХНЕУ, 2013. 316 с. **2.** Про банки і банківську діяльність : Закон України від 07.12.2000 № 2121-III // База даних «Законодавство України» / Верховна Рада України. URL: http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/2121-14. **3.** Про фінансові послуги та державне регулювання ринків фінансових послуг : Закон України від 12.07.2001 № 2664-III // База даних «Законодавство України» / Верховна Рада України. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2664-14/ed20010712. **4.** Національний банк України // Офіційний сайт Національного банку України. URL: https://www.bank.gov.ua. **5.** Національна комісія, що здійснює державне регулювання у сфері ринків фінансових послуг // Офіційний сайт Національної комісії, що здійснює державне регулювання у сфері ринків фінансових послуг. URL: https://www.nfp.gov.ua. **6.** Внукова Н. М., Пукала Р., Смоляк В. А. Євроінтеграційні аспекти розвитку ринків фінансових послуг : монографія. Харків : Ексклюзив, 2018. 178 с.

РЕГУЛЮВАННЯ ФІНАНСОВОГО РИНКУ УКРАЇНИ

УДК 336.763

Гречка В. М.
Суворова Ю. К.

Студенти 3 курсу
фінансового факультету ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Аргументовано, що фінансовий ринок України забезпечує акумуляцію та ефективне розміщення заощаджень у економіці, інвестування її пріоритетних галузей та об'єктів. Висвітлено питання щодо становлення та налагодження функціонування фінансового ринку, регульованого державою. Досліджено напрями модернізації сучасного вітчизняного фінансового ринку.*

© Суворова Ю. К., Гречка В. М., 2018

Ключові слова: *фінанси, капітал, кредитний портфель, фінансова установа, банк, банківська діяльність, банківська установа, фінансовий ринок, ринок фінансових послуг, ринок цінних паперів, фондовий ринок.*

Аннотация. *Аргументировано, что финансовый рынок Украины обеспечивает аккумуляцию и эффективное размещение сбережений в экономике, инвестирование ее приоритетных отраслей и объектов. Освещены вопросы становления и налаживания функционирования финансового рынка, регулируемого государством. Исследованы направления модернизации современного отечественного финансового рынка.*

Ключевые слова: *финансы, капитал, кредитный портфель, финансовое учреждение, банк, банковская деятельность, банковское учреждение, финансовый рынок, рынок финансовых услуг, рынок ценных бумаг, фондовый рынок.*

Annotation. *It is argued that the financial market of Ukraine provides for the accumulation and effective allocation of savings in the economy, investment in its priority sectors and objects. The issues of the establishment and functioning of the financial market, regulated by the state, are covered. The directions of modernization of the modern domestic financial market are investigated.*

Keywords: *finance, capital, credit portfolio, financial institution, bank, banking, banking institution, financial market, financial services market, securities market, stock market.*

Ринок цінних паперів як елемент фінансового ринку забезпечує зосередження та раціональне розміщення заощаджень у економіці, інвестування її пріоритетних галузей та об'єктів. Стан економіки України значною мірою залежить від розвитку та налагодженого функціонування фондового ринку, що підпорядковується державному регулюванню та інтегрується у світові фондові ринки. Обмеженими можливостями вітчизняних компаній щодо самофінансування, які проявляються у недостатній кількості зовнішніх інвестицій і зростанні фінансування економіки за рахунок широкого використання інструментів фондового ринку, зумовлено актуальність цієї теми роботи.

Дослідженням питань, що є пов'язаними із веденням інноваційної політики, займалися і займаються чимало науковців, серед них Оскольський В. В., Політюк Л. Г., Джусов О. А., Кривов'язюк І. В., Мозговий О. М. та ін. Однак, зауважимо, що наукові публікації здебільшого були присвячені лише окремим аспектам, що впливають на ефективність фондового ринку. Більшість науковців у дослідженнях так і не дійшли єдиного висновку щодо узгодження всіх факторів впливу.

Одним із визначальних питань розвитку ринку України є функціонування неорганізованого ринку. Неможливо отримати правдиву інформацію про стан емітента, привабливість цінних паперів, що сприяла б вигідному розміщення цінних паперів у ту чи іншу галузь промисловості.

Для дослідження сучасного стану ринку України проаналізуємо діяльність окремих його частин. Пріоритетним завданням ринку цінних паперів є забезпечення умов для залучення інвестицій компаніями (рис. 1) [6].

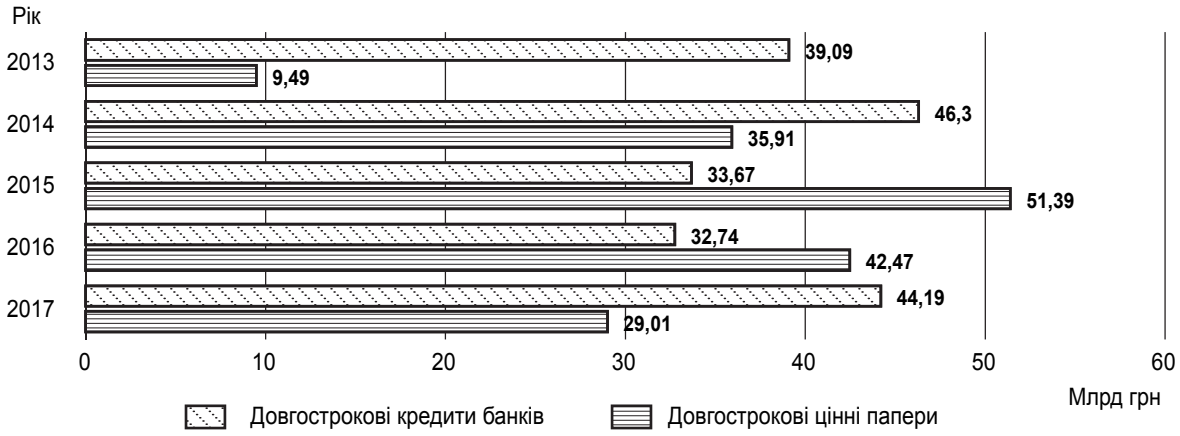


Рис. 1. **Залучення інвестицій в економіку України, 2013–2017 рр.,** млрд грн

Аналіз динаміки залучення інвестицій в економіку України засвідчує (рис. 1), що у 2017 р. обсяг залучених інвестицій через інструменти фондового ринку був нижчим за показник обсягу залучених довгострокових кредитів.

Банківський сектор є найбільшою частиною ринку України з активами, які становлять майже 90 % активів усіх фінансових посередників. Упродовж останніх п'яти років банківський сектор за величиною активів зріс у п'ять разів.

Ринок акцій посідає особливе місце на ринку капіталів. Стійкий, стабільно функціонуючий ринок акцій є одним із факторів, що визначають інвестиційний клімат у країні, сприяють залученню й перерозподілу інвестиційного капіталу у перспективні сфери економіки.

Кредитний портфель банків України є сукупністю кредитів як фізичним особам, так і іншим комерційним структурам, виданих усіма банками за певний місячний період.

До рейтингу вітчизняних банків за кредитним портфелем вписані міжбанківські кредити, кредити юридичним особам, кредити фізичним особам і цінні папери (табл. 1) [7].

Таблиця 1

ТОП-10 вітчизняних банків за кредитним портфелем станом на 1 квітня 2016 р.

	Банк	КІП	Міжбанківські кредити	Комерційні кредити	Цінні папери
		млн грн			
1	ПриватБанк	179 542,12	8 259,39	198 506,73	2069,20
2	Сбербанк	48 867,67	0,00	61 892,49	3367,68
3	Укргазбанк	33 454,34	255,07	17 444,00	23396,56
4	Райффайзен Банк Аваль	30 508,78	1 321,57	50 378,84	8773,27
5	UniCredit Bank	28 225,27	262,18	47 186,06	0,19
6	Альфа-Банк	26 642,48	168,05	36 820,81	741,16
7	ІНГ Банк Україна	15 369,37	121,91	13 326,23	2230,06
8	OTP Bank Ukraine	14 433,97	231,76	25 630,71	1776,60
9	Банк Південний	12 631,04	231,40	13 697,63	781,86
10	Мегабанк	7 698,04	17,96	8 191,60	887,58
11	Кредобанк	7 371,66	152,41	5 083,04	2827,64
12	ПроКредит Банк	6 132,00	20,97	6 337,62	215,74
13	Банк Інвестицій та заощаджень	5 216,77	0,00	5 351,06	0,00
14	Діамантбанк	4 462,64	19,25	3 921,19	1156,37
15	Universal Bank	4 455,32	0,00	5 501,06	739,64
16	Банк Восток	4 443,85	0,00	4 076,43	494,70

За даними табл. 1 можна визначити рейтинг найбільших банків України відповідно до структури кредитно-інвестіційного портфеля на квітень 2016 р. За цим рейтингом кредитний портфель не ділиться за призначенням на заставні, споживчі, автокредити, інші різновиди банківських позичок і не розписується за ступенем ризику. Структуру банківських вкладів у цінні папери подано на рис. 2 [7].

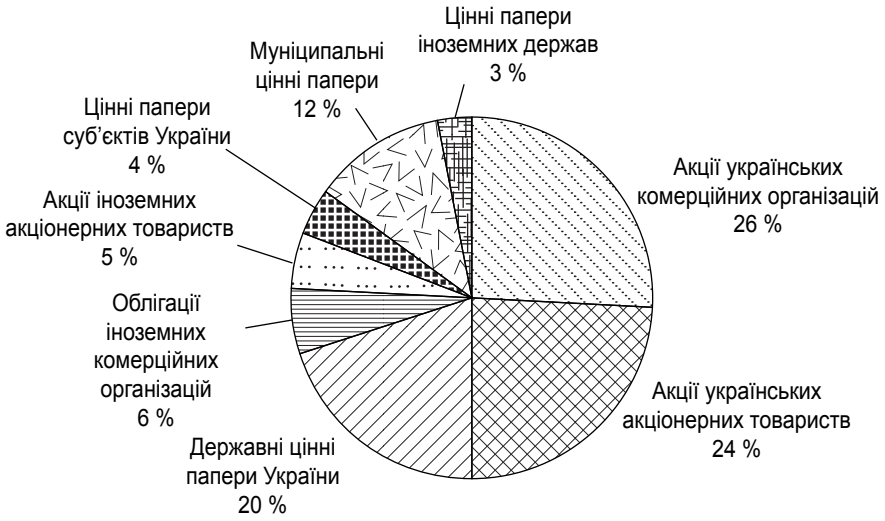


Рис. 2. **Структура банківських вкладів у цінні папери**

Бачимо (рис. 2), що протягом останніх років (2016–2017 рр.) страхові компанії розвиваються швидкими темпами, однак, якість цього розвитку важко проаналізувати, оскільки значну частину страхових договорів підприємства укладають для уникнення оподатковування прибутку. До того ж було розширено схеми виведення коштів зарубіжних країн через операції перестрахування [7].

Одним з основних завдань банку є формування ефективного портфеля, тобто портфеля, який може забезпечити найвищий рівень очікуваного доходу за певного рівня ризику або найменший ризик за цього рівня доходу.

Після впровадження вимог до компанії-страховика практичне застосування таких схем зменшилося, подібне рішення перестало бути вирішенням фундаментальних проблем, що породжує стимули використовувати страхові компанії для транзакцій, які є страховими [3].

Тенденції останнього року є стабільними: скорочення активів страхових компаній може випливати з суворіших вимог до страхових компаній. Скорочення активів може статися за рахунок зменшення отриманих страхових премій: обсяг отриманих страхових премій скоротився на третину порівняно із попереднім роком, що відбувалося переважно через скорочення страхування фінансових ринків і виховання відповідальності [4].

Недержавні пенсійні фонди, хоч і представлені на ринку, але їх частка є дуже малою, а загальна кількість учасників становить приблизно 69 тис. осіб – 0,3 % працездатного населення. Недержавні пенсійні фонди, напевно, найближчим часом розвиватимуться повільно через нестачу послідовної пенсійної реформи та низьку довіру населення до системи пенсійних заощаджень у цілому.

Невеликі розміри страхового ринку України і пенсійних фондів є істотною перешкодою для розвитку ринку – у всіх країнах із розвиненою економікою попит інституціональних інвесторів є основним джерелом попиту фондових ринків.

Протягом кількох останніх років вітчизняний фондовий ринок більшає, однак, ще залишається невеликим за своїми розмірами і неефективним за своїми можливостями.

Зазначимо, що значно більше угод щодо купівлі-продажу цінних паперів укладаються на неорганізованому ринку. Найбільшими системними перешкодами у розвитку ринку вважають відсутність законів про акціонерні товариства та великі обмеження руху капіталу.

Отже, протягом останніх років вітчизняний фінансовий ринок динамічно розвивається. Сукупні активи фінансових посередників протягом останніх п'яти років зросли у 5 разів і становлять приблизно 50 % від обсягу валового внутрішнього продукту, а обсяги торгів на організованому фінансовому ринку – більш ніж удвічі, вони становлять 4,2 % від обсягу валового внутрішнього продукту [7].

Однак, загальний рівень розвитку ринку є досить низьким. Найбільшу частку ринку становлять комерційні банки. Така ситуація є типовою для країн із перехідною економікою, її спричинено незавершеністю законодавчого регулювання діяльності фінансових інститутів, непродуманістю економічної політики у сфері приватизації, валютного регулювання та ін. Як наслідок, невеликий і фрагментований фінансовий ринок не виконує покладених на нього функцій мобілізації капіталу, розвитку реального сектора, ефективного розподілу ресурсів, диверсифікації інвестиційного портфеля, хеджування ризиків. У країнах із розвиненою економікою через виконання цих функцій фінансовий ринок сприяє реальному зростанню економік. До того ж фінансовий ринок відіграє незначну роль у реальному зростанні вітчизняної економіки. Водночас із подальшою лібералізацією економічної політики й поглибленням світової інтеграції потреба у фінансовому ринку ставатиме більш істотною. За таких умов низький рівень розвитку вітчизняного фінансового сектора може стати перешкодою для довгострокового економічного зростання. Отже, майбутній розвиток вітчизняного фінансового сектора вимагає реформування більшості складових ринку.

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

Література: 1. Оскольський В. В. Українська фондова біржа: працюємо на економіку. *Фінанси України*. 2000. № 2. С. 46–49. **2.** Політюк Л. Г., Малишев К. С. Фондовий ринок України: проблеми та перспективи розвитку. *Вісник Східноукраїнського Національного університету імені Володимира Даля.* 2011. № 7. С. 134–145. **3.** Джусов О. А., Коротун А. С. Фондовий ринок України: сучасний стан, проблеми розвитку та перспективи. *Економічний простір.* 2009. № 32. С. 67–73. **4.** Кривов'язюк І. В. Функціонування та розвиток підприємств в умовах кризи: системно-аналітичний підхід : монографія. Луцьк : ЛНТУ, 2012. 392 с. **5.** Лук'яненко Д., Мозговий О. Фінансова асиметрія глобального економічного розвитку. *Ринок цінних паперів України.* 2006. № 11. С. 245–263. **6.** Статистична інформація // Офіційний сайт Державної служби статистики України. URL: http://www.ukrstat.gov.ua. **7.** Міністерство фінансів України // Офіційний сайт Міністерства фінансів України. URL: http://www.minfin.gov.ua. **8.** Колесник В. В. Введение в рынок ценных бумаг. Киев : А. Л. Д., 1995. 176 с. **9.** Косик С. Становлення ринку цінних паперів. *Економіка. Фінанси. Право.* 2002. № 3. С. 29–33.

THE EFFECTIVENESS OF ONLINE ADVERTISING

UDC 356

D. Gubar

The 3-rd year student
of the Faculty of Management and Marketing of KhNEU S. Kuznets

Annotation. *Investigated the question of the effectiveness of online advertising. Considered the tools and formats of online advertising. Analyzed the impact of online advertising on the results of the company.*

Keywords: *marketing, advertising, Internet, internet advertising, viral marketing, social networks.*

Анотація. *Досліджено питання ефективності інтернет-реклами. Розглянуто інструменти та формати інтернет-реклами. Проаналізовано вплив інтернет-реклами на результати діяльності компанії.*

Ключові слова: *маркетинг, реклама, Інтернет, інтернет-реклама, вірусний маркетинг, соціальні мережі.*

Аннотация. *Исследован вопрос эффективности интернет-рекламы. Рассмотрены инструменты и форматы интернет-рекламы. Проанализировано влияние интернет-рекламы на результаты деятельности компании.*

Ключевые слова: *маркетинг, реклама, Интернет, интернет-реклама, вирусный маркетинг, социальные сети.*

Advertising effects and effectiveness have been topics of continuous interest for marketing researchers and practitioners for the last few decades. A great deal of works devoted to the analysis of the effectiveness of advertising present the details about the right place and time for the special advertisement. While the first advertisements were found to be effective and helpful in creating a brand image, brand awareness and positive attitudes towards the product, the most recent ones have been described as uninformative, forgettable, intrusive and ineffective. Nowadays traditional offline advertising is used by many companies to drive customers to their websites and many businesses are trying online ads (such as banners, pay-per-click ads, pay-per-call ads and pop-ups) in e-newsletters, on compatible websites, on search engines and in online versions of newspapers and magazines as a way of reaching people who use the Internet for shopping or to gather information. Research and predictions which concern global advertising reveal that the usage of digital advertising will become more popular. Moreover, advertising's influence on company sales has drawn early attention from economists and accountants and more recent attention from marketers. Most studies that have investigated a link between advertising and sales have found such a link [1].

The purpose of the article is to consider the effectiveness and effects of online advertising as well as its impact on the company performance.

To begin with, it is worth noting that all the activities necessary to prepare the message and to get it across to the intended people are part of advertising. In order to observe the updated views on adverts' characteristics, the most recent publications have been chosen. S. Bhatia and M. Arora represent 5 main features of advertising: non-personal form of presentation, paid form of communication, presence of sponsor, presence of medium or media and boosting sales [2]. According to IBM's study concerning global advertising, the advertising industry will experience a significant change, which can be seen through four control-shifting attributes: attention of customers, creativity in technology used for advertising, the shift from impression-based measurement of advertising to rather impact-based, and replace of traditional advertising inventories (TV, radio) by open platforms [4].

Although online advertising has existed on the market for a decade, it is still considered as a form of non-traditional advertising. The most popular media of online advertising are: social networks, which represent the second largest portion of digital budgets, and the fastest growing format according to research of MAGNA, 2017; blogging; email marketing; viral marketing – a technique in which advertising videos get their viewers through mutual friends via email or any social network [1; 4].

In addition to the listed tools, there are special formats used to transfer the message to the potential customer. Banner advertising is a type of graphic online advertising in which banners are placed on third-party web sites [4]. Pop-up ads open another window in the user's browser. The only way to remove these adverts is either to minimize the window or close it. The studies, which used pop-ups in the experiments show negative attitude, ad avoidance and irritation. Coupon / loyalty advertising (CLA) aims at stimulating customer purchase through rewarding all the actions made towards the company: signing for a program, returning customer (2nd, 3rd order), and buying the second good/service and so on.

© D. Gubar, 2018

According to S. Burns and R. Lutz, floating ads scored the highest mark on the annoyance factor [5]. This technique of advertising is considered to be the most irritative due to its characteristic: floating advert appears on the page when you open it and «fly» over the screen for 5–15 seconds. Search engine marketing (SEM) is a form of online advertising that involves the promotion of websites by enhancing their visibility in search engine results pages (SERPs) primarily through paid advertising. Price comparison advertising: PCAs are online service platforms that help Internet-users to compare prices among a wide range of retailers [4].

It is obvious that the use of online advertising helps to improve company performance. In order to reach the best results from the marketing campaigns, advertising companies have to find a specific, unique for each product mix of online advertising tools and formats. Viral marketing is especially attractive to smaller businesses or companies because it can be a cheaper alternative to traditional marketing efforts. It is a new type of marketing practice that emphasizes the use of consumers as «agents» for generating and disseminating information about a company, brand, product, or service. Viral marketing is useful as a stand-alone marketing tool or as a part of a larger campaign that uses multiple kinds of marketing. There is a common misconception that viral marketing depends on the ability to reliably create something extremely popular. In reality, a successful viral marketing campaign rests more on understanding how to connect with specific demographics by presenting them with valuable content. For example, in April 2009, the Ford Motor Company launched an ambitious new marketing campaign called the «Ford Fiesta Movement» (FFM). It was a grassroots campaign that made heavy use of online social media to build awareness and buzz for the 2011 North American Ford Fiesta, a sub-compact car that Ford had not sold in North America for over a decade. The FFM used a combination of social media and viral marketing techniques. This was a huge departure from the typical kind of marketing communications strategy used in the automobile industry. The industry norm when launching a new car model was to use a combination of traditional media channels – for example, television, newspapers, magazines and radio – in a large (and expensive) advertising campaign. The FFM was different from other campaigns because it used the increasingly popular, but largely untested, tool of viral marketing. It was a risky move because the essence of a viral marketing campaign (VMC) is that marketers and managers relinquish control over the message to consumers [5].

The FFM's objectives were to build awareness of and interest in the 2011 Ford Fiesta, and convince the primary target market of young American consumers that sub-compact company cars were functional and stylish. The pre-launch campaign not only had to generate buzz and interest in the Fiesta itself, but also have a consumer education component that was needed to demonstrate the functional and psychological (social, emotional) value in sub-compact cars [6].

According to Ford, the 100 agents were chosen because they were socially vibrant, unique, and able to tell a good story [6]. In exchange for the use of a Fiesta for six months, the 100 Agents were asked to report on their experiences with the car using social media. Specifically, they were encouraged to post videos of their experiences on YouTube, regularly tweet about the car on Twitter, and blog about the car [6].

As the campaign drew to a close in the final quarter of 2009, the results looked impressive. The FFM appeared to have been successful in getting the hand-picked Agents to produce content and to post it on social media websites. Agents had posted videos on YouTube, photographs on Flickr, and tweeted about the Fiesta on Twitter. Some also wrote blogs, and linked to their videos and photographs from their Facebook and MySpace profile pages. Ford reported that approximately 50,000 consumers had expressed interest in buying a Fiesta once it was available, and that 97 % of these leads did not own a Ford car [6].

To conclude, it is necessary to point out that a well-conceived advertising program is an integral part of the company's overall marketing strategy. Therefore, it is obligatory on the part of the management to know whether the campaign has really attained its advertising objectives. Evaluating the achievement of awareness-and-attitude objectives helps to understand the effectiveness of advertisements.

Supervisor – senior teacher Agadzhanova R. M.

Literature: 1. Lentag V., Stillman L. Global Advertising Forecast. United Kingdom : Magna, IPG mediabrands, 2016. P. 2–26. **2.** Bhatia S. K., Aurora M. R. Business Studies. India : Saraswati House Pvt. Ltd, 2016. 362 p. **3.** IBM Study: The end of advertising as we know it. New York : IBM Institute for Business Value, 2007. P. 31–33. **4.** Breuer R., Brettel M. Short-term and Long-term Effects of Online Advertising: Differences between New and Existing Customers. *Journal* of *Interactive Marketing.* 2012. Vol. 26. P. 155–163. **5.** Burns S. K., Lutz R. L. The Unction of Format: Consumer Responses to Six Advertising Formats. *Journal of Advertising.* 2006. Vol. 35. P. 53–64. **6.** Andrew T. S. Ford Fiesta Movement: Using Social Media and Viral Marketing to Launch Ford's Global Car in the United States. USA : Insead, 2010.

РОЗРОБКА СТРАТЕГІЇ АНТИКРИЗОВОГО УПРАВЛІННЯ ФІНАНСАМИ ПІДПРИЄМСТВ МАШИНОБУДУВАННЯ

УДК 65.012.23

Гурба О. І.

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. Із застосуванням матриці фінансових стратегій проаналізовано стратегічний фінансовий стан підприємства ПрАТ «Фінпрофіль».*

Ключові слова: *підприємство, організація, виробництво, суб'єкт господарювання, фінанси, фінансова стратегія, фінансово-господарська діяльність, результат господарської діяльності, результат фінансової діяльності, результат фінансово-господарської діяльності, інструменти стратегічного менеджменту, матричний аналіз, матриця фінансових стратегій Франшона–Романе.*

Аннотация. *Исследованы теоретические и практические аспекты применения матрицы финансовых стратегий как инструмента стратегического менеджмента для оценки финансовой деятельности предприятия. С применением матрицы финансовых стратегий проанализировано стратегическое финансовое состояние предприятия ЗАО «Финпрофиль».*

Ключевые слова: *предприятие, организация, производство, субъект хозяйствования, финансы, финансовая стратегия, финансово-хозяйственная деятельность, результат хозяйственной деятельности, результат финансовой деятельности, результат финансово-хозяйственной деятельности, инструменты стратегического менеджмента, матричный анализ, матрица финансовых стратегий Франшона–Романе.*

Annotation. *The theoretical and practical aspects of the application of the matrix of financial strategies as a tool of strategic management for evaluation of financial activity of the enterprise are researched. Using the matrix of financial strategies, the strategic financial status of the company Finprofil CJSC was analyzed.*

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, strategic management tools, matrix analysis, matrix of financial strategies of Franchona–Romane.*

Причинами кризового стану підприємств практично всіх галузей і секторів економіки України є не тільки вплив зовнішніх факторів, а і стан управління господарсько-фінансовою діяльністю суб'єктів господарювання. Цим зумовлено необхідність постійного діагностування й упровадження до менеджменту спеціальних антикризових заходів як запоруки успішного функціонування підприємства.

Дослідженням питань, що є пов'язаними із застосуванням матриці фінансових стратегій, займалися і займаються чимало науковців, серед них Бланк І. А., Дорофеєв М. Л., Горяїнова С. Б., Горовий В. М., Семенов А. Г., Стоянова Е. С. та ін. Однак, незважаючи на наявність численних теоретичних розробок, присвячених застосуванню матриці фінансових стратегій на практиці, особливості її використання для оцінки фінансового потенціалу підприємства потребують подальшого поглибленого дослідження.

Метою написання статті є визначення стратегічного стану ПрАТ «Фінпрофіль».

Ідентифікація стадії фінансового розвитку є підґрунтям для використання ефективних методів і форм здійснення антикризового фінансового управління підприємством. Матриця фінансових стратегій Франшона–Романе є одним із найефективніших методичних підходів до визначення стадії фінансового розвитку підприємства. Вона дає змогу спрогнозувати критичний шлях підприємства на найближчі роки, окреслити допустимі межі ризику [4]. В основі матриці – такі основоположні категорії: результат господарської діяльності (РГД), результат фінансової діяльності (РФД) та результат фінансово-господарської діяльності (РФГД). Розрахунок показників матриці фінансової стратегії Франшона–Романе подано в табл. 1 [4].

На підставі значень цих показників здійснюють оцінку стратегічної фінансової діяльності підприємства за методом Франшона–Романе (рис. 1) [3; 4].

© Гурба О. І., 2018

Таблиця 1

Розрахунок показників матриці фінансової стратегії Франшона–Романе

Показник	Формула	Позначення
РГД	$РГД = БР - ΔФЕП - - ΔОФ + ІД$	*БР* – брутто-результат від експлуатації інвестицій; *ΔФЕП* – зміна фінансово-експлуатаційних потреб; *ΔОФ* – зміна первісної вартості основних фондів за звітний період; *ІД* – інші доходи
РФД	$РФД = ΔПК - Вф - ПП - - Д + Дук - Вук - - Фід + Дф$	*ΔПК* – зміна позикового капіталу за звітний період; *Вф* – фінансові витрати; *ПП* – податок на прибуток від звичайної діяльності; *Д* – виплачені дивіденди; *Дук* – дохід від участі в капіталі; *Вук* – втрати від участі в капіталі та інші витрати; *Фід* – довгострокові фінансові інвестиції; *Дф* – інші фінансові доходи
РФГД	$РФГД = РГД + РФД$	*РГД* – результат господарської діяльності; *РФД* – результат фінансової діяльності

A

	РФД < 0	РФД ≈ 0	РФД > 0
РГД > 0	**1** РФГД ≈ 0	**4** РФГД > 0	**6** РФГД >> 0
РГД ≈ 0	**7** РФГД < 0	**2** РФГД ≈ 0	**5** РФГД > 0
РГД < 0	**9** РФГД << 0	**8** РФГД < 0	**3** РФГД ≈ 0

B

Рис. 1. **Матриця фінансових стратегій Франшона–Романе**

Залежно від результатів фінансової та господарської діяльності підприємства виділяють дев'ять типів фінансової стратегії, які об'єднані в три групи (табл. 2) [2–4].

Таблиця 2

Характеристика квадрантів матриці Франшона–Романе

Позиції	Характеристика	Можливість переходу
Рівновага на підприємстві	Ефективна господарська діяльність, наявність умов для самофінансування та розвитку, зменшення заборгованості за рахунок позитивного фінансового результату від господарської діяльності	4; 2; 7
Рівновага на підприємстві	Стала фінансова стійкість підприємства. Власних коштів достатньо для виробничого фінансування розвитку. Обсяги заборгованості практично не змінюються або змінюються лише по мірі фінансових. Структура джерел фінансування є оптимальною, планові обсяги діяльності повністю забезпечені фінансовими ресурсами	1; 3; 5; 7;4; 6
	Забезпечення збереження платоспроможності лише за рахунок нарощування заборгованості, існують передумови для виникнення кризи	8; 2; 5
Успіх	Існують вільні кошти для здійснення проектів при використанні позикового капіталу	1; 2; 7
	Посилення можливості активної експансії, виробничі потреби повністю забезпечуються власними фінансовими ресурсами	2; 6; 8
	Фінансування не лише власного розвитку, а й створення дочірніх підприємств, сприяння залученню додаткових кредитів. Існують усі можливості для подальшого ефективного розвитку	4; 5
Дефіцит ліквідних коштів	Дефіцит ліквідних коштів через розрив між термінами надходження та витрачання коштів	2; 8; 9
	Дефіцит коштів є пов'язаним зі зниженням рівня економічної прибутковості	7; 9
	Кризовий стан підприємства, необхідність згортання інвестицій, потреба у фінансовій підтримці	7; 8

Результати розрахунку показників фінансово-господарської діяльності подано в табл. 3 [2–4].

Таблиця 3

Визначення положення підприємства у квадрантах матриці Франшона–Романе

Показник	Роки		
	2015	2016	2017
РГД	40847	52721	51106
РФД	-8064	-20129	-10458
РФГД	32783	50707	49091
Логічне значення *РГД*	РГД > 0	РГД > 0	РГД > 0
Логічне значення *РФД*	РФД ≈ 0	РФД < 0	РФД ≈ 0
Номер квадранта	4	1	4

Із застосуванням матриці фінансових стратегій здійснено оцінку стратегічної фінансової діяльності підприємства ПрАТ «Фінпрофіль». Після розрахунку необхідних показників визначено його стратегічне положення (рис. 2) [2–4].

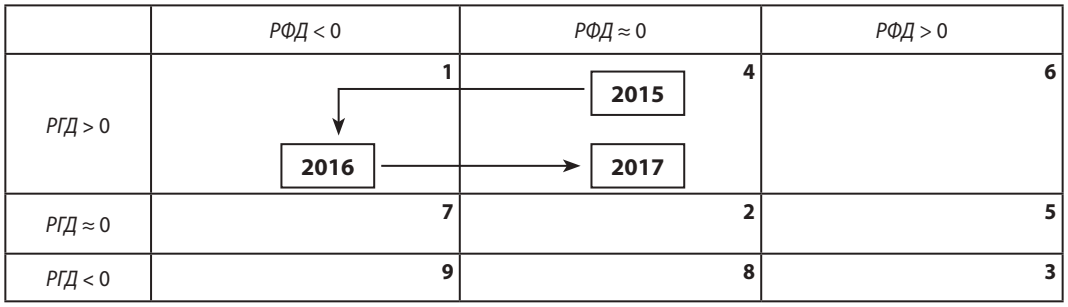


Рис. 2. **Положення ПрАТ «Фінпрофіль» у матриці Франшона–Романе, 2015–2017 рр.**

За стабільної економічної ситуації, зростання або стабільного рівня рентабельності та незначної конкуренції на ринку можливі переміщення до квадранта 1, а за погіршення показників – до квадранта 7. За значного зростання рентабельності та прискоренні оборотності коштів можливе переміщення до квадранта 2. Із квадранта 4 підприємство може переміститися тільки в гірші квадрати. За рахунок фінансової діяльності підприємство може лише утримуватися в цьому квадранті, але не може поліпшити свій фінансовий стан. У 2017 р. на підприємстві відбувається прискорення показників оборотності, зростання рентабельності, але водночас проблемою для підприємства є неухильне зростання цін на енергоносії, матеріали та покупні комплектуючі. З іншого боку, існують суттєві обмеження ринком збуту при формуванні цін на виготовлювану продукцію. Високі процентні ставки за кредитами, що обмежують використання кредитних ресурсів для поповнення оборотних коштів, і недосконалість норм чинного законодавства України негативно впливають на стан підприємств машинобудівної галузі в цілому, однак, можна спрогнозувати незначне покращення фінансових показників підприємства у найближчий період.

Таким чином, найвірогіднішим для підприємства в наступному періоді є переміщення до квадранта 1 «Батько сімейства». Відповідно актуальною стратегічною метою у розрізі антикризового фінансового управління підприємством є забезпечення стійкого економічного зростання для уникнення розвитку кризових явищ у діяльності підприємства.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Кіпа М. О.

Література: 1. Бланк И. А. Финансовая стратегия предприятия. Киев : Эльга ; Ника-Центр, 2004. 720 с. **2.** Горяїнова С. Б. Визначення стадії фінансового розвитку підприємства в процесі розробки фінансової стратегії. *Інноваційна економіка.* 2010. № 18. С. 267–269. **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.** Семенов А. Г. Матриця фінансових стратегій. *Вісник економічної науки України.* 2008. № 2. С. 139–146.

МЕТОДИЧНИЙ ПІДХІД ДО ВИЗНАЧЕННЯ СТРАТЕГІЧНОЇ ПОЗИЦІЇ ПІДПРИЄМСТВА ДОБУВНОЇ ГАЛУЗІ

УДК 658.14.17:005

Дагаєва О. О.

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

Анотація. *Досліджено особливості застосування моделі визначення фінансової стратегії на підставі матриці Франшона–Романе для підприємства добувної галузі. Визначено фінансову стратегію для ТОВ «Каолін-Азов». Проаналізовано можливі варіанти зміни фінансової рівноваги.*

Ключові слова: *підприємство, організація, фінанси, фінансова стратегія, результат господарської діяльності, результат фінансової діяльності, результат фінансово-господарської діяльності, матриця фінансових стратегій Франшона–Романе.*

Аннотация. *Исследованы особенности применения модели определения финансовой стратегии на основании матрицы Франшона–Романе для предприятия добывающей отрасли. Определена финансовая стратегия для ООО «Каолин-Азов». Проанализированы возможные варианты изменения финансового равновесия.*

Ключевые слова: *предприятие, организация, финансы, финансовая стратегия, результат хозяйственной деятельности, результат финансовой деятельности, результат финансово-хозяйственной деятельности, матрица финансовых стратегий Франшона–Романе.*

Annotation. *The features of the application of the model of determining the financial strategy on the basis of the Franchon–Romane matrix for the mining industry have been investigated. The financial strategy for Kaolin-Azov LLC has been determined. Analyzed possible options for changing financial equilibrium.*

Keywords: *enterprise, organization, finances, financial strategy, result of economic activity, result of financial activity, result of financial and economic activity, matrix of financial strategies of Franchon–Romane.*

За умов ринкової економіки управління фінансами охоплює всю систему управління підприємствами. Основою для прийняття управлінських рішень на підприємстві є стратегічне планування. Система стратегічного планування дає змогу визначити напрями та темпи розвитку суб'єкта господарювання, а також реалізувати низку структурних та організаційних змін задля підвищення його конкурентоспроможності.

Метою написання статті є визначення стадії фінансового розвитку підприємства добувної галузі й оцінка наявних стратегічних альтернатив на підставі матриці Франшона–Романе, а також розробка рекомендацій щодо формування оптимальної фінансової стратегії з урахуванням галузевого аспекту.

Матриця фінансових стратегій (фінансової рівноваги), розроблена французькими науковцями Франшоном Ж. та Романе І., є одним із найефективніших методичних підходів до визначення стадії фінансового розвитку підприємства й оцінки альтернативних варіантів подальшої зміни його фінансового стану. Для визначення позиції підприємства у матриці фінансових стратегій необхідно обчислити ключові показники: результат господарської діяльності, результат фінансової діяльності та результат фінансово-господарської діяльності [7].

Результат господарської діяльності (*РГД*) є сумою коштів, що залишається у розпорядженні підприємства після фінансування виробничого розвитку. Якщо *РГД* 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. РГД визначають за формулою 1:

$$РГД = БРЕІ - \Delta ФЕП - \Delta ОФ + ІД, \quad (1)$$

де *БРЕІ* – брутто-результат від експлуатації інвестицій;

ΔФЕП – зміна фінансово-експлуатаційних потреб;

ΔОФ – зміна первісної вартості основних фондів за звітний період;

ІД – інші доходи [7].

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

© Дагаева О. О., 2018

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. Результат фінансової діяльності визначають 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;

$ПП$ – податок на прибуток від звичайної діяльності;

$Д$ – виплачені дивіденди;

$Дук$ – дохід від участі в капіталі;

$Вук$ – втрати від участі у капіталі та інші витрати;

$ФІд$ – довгострокові фінансові інвестиції;

$Дф$ – інші фінансові доходи [6].

Результат фінансово-господарської діяльності (РФГД) обчислюють як суму результатів господарської та фінансової діяльності підприємства. РФГД 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. Результати розрахунків подано в табл. 1 [6].

Таблиця 1

Параметри матриці фінансових стратегій Франшона–Романе на прикладі ТОВ «Каолін-Азов», 2014–2016 рр.

Показники	2015	2016	2017
РГД	46 545,3	135 718,5	-14 068,3
РФД	36 550	55 816	56 108
РФГД	83 095,3	191 534,5	42 039,6

На підставі розрахованих значень ключових показників визначимо позиціонування ТОВ «Каолін-Азов» у матриці фінансових стратегій. Зазначимо, що інтерпретація отриманих результатів не відповідає чітко математичним законам, є більш логічною, ніж математичною. Позиціонування досліджуваного підприємства подано в табл. 2 [6].

Таблиця 2

Позиціонування ТОВ «Каолін Азов» у матриці фінансових стратегій, 2014–2017 рр.

Показники	*РФД* < 0	*РФД* ≈ 0	*РФД* > 0
РГД > 0	**1**	**4** ТОВ «Каолін-Азов» 2015–2017 рр.	**6**
РГД ≈ 0	**7**	**2**	**5**
РГД < 0	**9**	**8**	**3**

У 2015–2017 рр. позиція ТОВ «Каолін-Азов»у матриці фінансових стратегій відповідала квадранту 4 «Рантьє», тобто у розпорядженні підприємства були вільні кошти для реалізації проектів при використанні позикового капіталу. З табл. 2 видно, що тенденція зміни результату від господарської діяльності є позитивною. Можна стверджувати, що керівництво підприємства надає перевагу використанню власних коштів для фінансування його розвитку, тобто дотримується принципу самофінансування. Обсяг результату від фінансової діяльності є близьким до нуля, тобто позикові кошти для фінансування розвитку підприємства практично не залучалися, що також можна пояснити їх недоступністю через високий рівень вартості кредитних ресурсів. За такої ситуації спостерігається мінімізація рівня фінансової залежності підприємства, що в загальному випадку позитивно характеризує стан підприємства з точки зору обмеження відсоткового ризику та ризику втрати фінансової стабільності [2; 5].

З іншого боку, за мінімального залучення позикових коштів відповідно до ефекту фінансового важеля. зменшується рентабельність власних коштів, тобто за такої ситуації ефективність політики управління структурою капіталу підприємства значно знижується. Тому подальша відмова від використання позикових ресурсів є необгрунтованою. Якщо б керівництво підприємства все-таки продовжувало взятий курс на зменшення частки позикових коштів за рахунок подальшого зростання результату від господарської діяльності, у 2017 р. позиція підприємства у матриці фінансових стратегій відповідала б квадранту 1 «Батько сімейства», для якого характерною є фінансова рівновага, тобто компенсація від'ємного результату фінансової діяльності за рахунок додатного результату господарської діяльності.

Позиції у квадрантах 4; 5; 6 характеризуються як успішні, що пояснюється постійним збільшенням обсягу ліквідних коштів. Необхідною умовою переходу до квадрантів 5 і 6 є значне зростання позикового капіталу, що не є цілком можливим і доцільним за сучасного стану ринку кредитних ресурсів. Перехід до квадранта 7 матиме місце за подальшої відмови від використання позикових коштів у наявних обсягах за незмінного результату від господарської діяльності, що засвідчить дефіцит ліквідних коштів [7].

Зміна позиції підприємства у межах діагоналі матриці не спричинить розбалансування фінансових потреб і можливостей. Однак, перехід до квадранта 1 засвідчить незначне зростання обсягу власних ресурсів для фінансування розвитку за умови мінімізації використання позикового капіталу, до квадранта 3 – послаблення рівноваги за рахунок значного залучення позикових коштів за відсутності власних.

Із квадранта 4 можливий перехід до квадранта 1 або до квадранта 7 за невисокого й незмінного рівня економічної рентабельності, а також до квадранта 2 – за зростаючої економічної рентабельності [6; 7].

Таким чином, застосування матриці Франшона–Романе має чимало переваг, описаних у використаній для дослідження науковій літературі, які відповідають дійсності. Однією з найважливіших переваг є можливість матриці генерувати зрозумілу всім стратегічну карту розвитку компанії в галузі фінансів, що є не просто красивою картинкою, а докладним керівництвом до дії з можливими варіантами вибору подальшого розвитку.

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

Література: 1. Бутиріна В. М., Верещаєва В. А. Визначення фінансової стратегії розвитку підприємства. *Науковий вісник НЛТУ України.* 2011. № 21. С. 177–179. **2.** Бланк И. А. Финансовая стратегия предприятия : учебный курс. Киев : Эльга ; Ника-Центр, 2006. 520 с. **3.** Іванюта С. М. Антикризове управління : навч. посіб. Київ : Центр навч. літ., 2007. 288 с. **4.** Портер М. Конкурентная стратегия. Методика анализа отраслей и конкурентов. М. : Альпина Бизнес Букс, 2005. 464 с. **5.** Ансофф И. Стратегическое управление. М. : Экономика, 1998. 358 с. **6.** Гриньов А. В., Ястремська О. М. Якість формування фінансової стратегії підприємства. *Фінанси України.* 2006. № 6. С. 121–128. **7.** Ткачук І. Г. Формування фінансової стратегії в системі управління підприємством. *Вісник ЖДТУ.* 2008. № 2. С. 301–304.

УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ ПРОДУКЦІЇ НА ПІДПРИЄМСТВІ

УДК 622.338.4

Дінжос К. В.

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

Анотація. *Розглянуто систему менеджменту якості. Деталізовано основи управління якістю, а також вимоги відповідно до стандартів; стадії процесу контролю якості, групи показників якості за наявними властивостями. Визначено принципи організації контролю якості та фактори впливу на неї.*

© Дінжос К. В., 2018

Ключові слова: *підприємство, організація, виробництво, суб'єкт господарювання, продукція, управління якістю, рівень якості продукції, ефективність, система якості, система менеджменту якості.*

Аннотация. *Рассмотрена система менеджмента качества. Детализированы основы управления качеством, а также требования в соответствии со стандартами; стадии процесса контроля качества, группы показателей качества согласно присущим свойствам. Определены принципы организации контроля качества и факторы влияния на него.*

Ключевые слова: *предприятие, организация, производство, субъект хозяйствования, продукция, управление качеством, уровень качества продукции, эффективность, система качества, система менеджмента качества.*

Annotation. *Considered quality management system. The basics of quality management are detailed, as well as the requirements in accordance with the standards; stages of the quality control process, groups of quality indicators according to the inherent properties. The principles of the organization of quality control and the factors influencing it are determined.*

Keywords: *enterprise, organization, production, business entity, products, quality management, product quality level, efficiency, quality system, quality management system.*

Сучасна ринкова економіка висуває нові вимоги до системи управління якістю продукції. Це зумовлено тим, що стійкість будь-якої фірми, її становище на ринку є визначуваними рівнем конкурентоспроможності. У свою чергу, конкурентоспроможність продукції пов'язана із впливом десятків факторів, серед яких на перше місце виходить якість продукції [2].

Метою написання статті є вивчення систем управління якістю, показників, що впливають на їх розвиток, а також аналіз принципів оцінки та контролю.

Питанням якості продукції приділяли увагу чимало науковців, серед них Демінг У., Мексон М., Торстен М., Харінгтон Д., Котон Д., Лапідус С., Азгальдов Г., Ільєнкова С., Шевелева Г. та ін. Дослідники розглядають якість продукції як сукупність властивостей, вплив яких дозволяє відрізняти один товар від іншого. Вони вважають, що зародження якості відбувається в процесі випуску товару .

Одним із основних питань сучасності, із яким стикаються підприємства, є контроль якості продукції та ступінь її вдосконалення. Для успішного вирішення цієї проблеми необхідним є створення оптимальної системи менеджменту якості, що дає змогу забезпечити виробництво конкурентоспроможної та якісної продукції, установити контроль якості на всіх етапах виробничого процесу. На рис. 1 показано взаємозв'язок управління якістю з іншими управлінськими дисциплінами [1; 3].

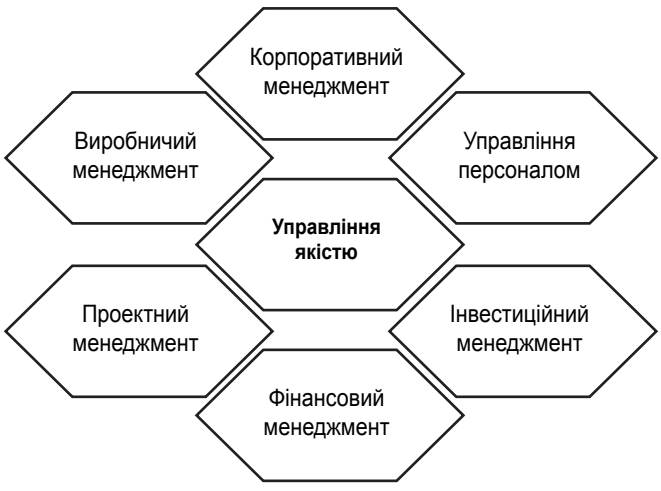


Рис. 1. **Взаємозв'язок управління якістю з іншими управлінськими дисциплінами**

Найважливішим фактором підвищення ефективності виробництва є поліпшення якості продукції, що випускається, або надаваної послуги. Підвищення якості виготовлюваної продукції нині розглядають як вирішальну передумову її конкурентоспроможності на внутрішньому та зовнішньому ринках. Конкурентоспроможність продукції багато в чому визначає престиж країни і є вирішальним фактором зростання національного багатства [5].

Якість продукції є найважливішим критерієм функціонування підприємства за умов порівняно насиченого ринку і переважаючої нецінової конкуренції. Підвищення технічного рівня та якості продукції визначає темпи

науково-технічного прогресу та зростання ефективності виробництва в цілому, істотно впливає на інтенсифікацію економіки, конкурентоспроможність вітчизняних товарів і життєвий рівень населення країни. Зростання технічного рівня та якості виготовлюваної продукції є на сьогодні найхарактернішою рисою роботи підприємств у промислово розвинених країнах.

Якість продукції, що випускається, по праву є найважливішим критерієм діяльності будь-якого підприємства. Саме підвищення якості продукції визначає ступінь виживання фірми за ринкових умов.

Міжнародна організація зі стандартизації (ISO) розглядає якість як сукупність властивостей і характеристик продукції або послуги, які надають їм здатність задовольняти обумовлені або передбачувані потреби (стандарт ICO 8402-94). Із поняттям якості тісно пов'язані такі поняття, як технічний рівень продукції, конкурентоспроможність товару, показники якості, модель життєвого циклу продукції, або так звана петля якості. Насиченість ринку виробами високого технічного рівня та якісними споживчими товарами є головною ознакою успішної економіки. На рис. 2 подано дані шведської асоціації Сендхолма, що займається питаннями консалтингу та навчання якості [3].

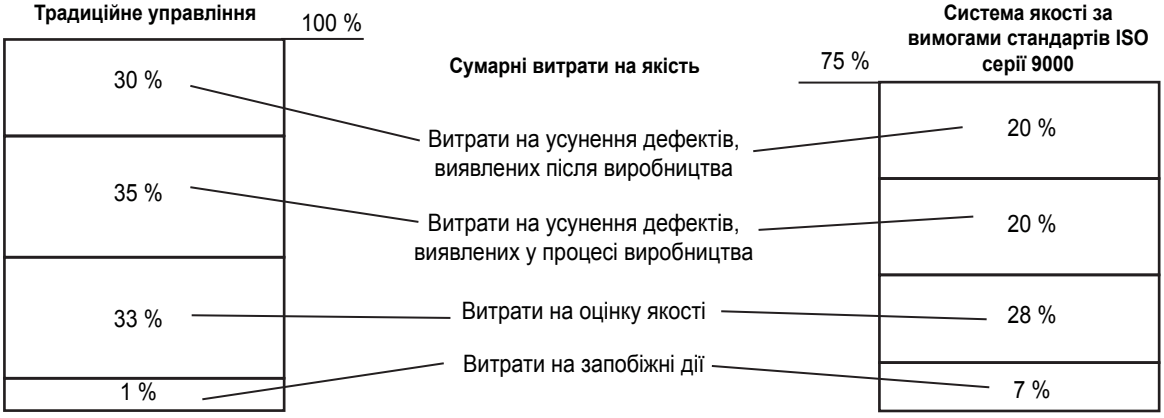


Рис. 2. **Рівень витрат на якість**

Бачимо (рис. 2), що збільшення витрат на попереджувальні дії дає змогу скоротити на 25 % сумарні витрати на якість, у масштабах великого підприємства це дає значний економічний ефект [3].

Нині у світі застосовують різні системи управління якістю. Для успішної діяльності сучасні системи управління якістю мають забезпечувати можливість реалізації восьми ключових принципів системного управління якістю, освоєних передовими міжнародними компаніями. Ці принципи є основою підготовлюваного оновлення міжнародних стандартів щодо управління якістю ISO серії 9000 [3]. Сучасна концепція управління якістю є концепцією управління будь-яким цілеспрямованим видом діяльності, що дозволяє, як показує досвід, досягти успіху не тільки у сфері виробництва, а й у державному і муніципальному управлінні, у збройних силах та інших сферах [7].

Виділяють десять груп показників якості продукції за притаманними властивостями; розглянемо їх.

– показники призначення: визначення корисних властивостей продукту, його основні завдання, придатність і цілі застосування;

– показники надійності: визначення терміну служби продукції, збереження у часі всіх параметрів, тривалість працездатності, здатність виконувати відповідні функції, підлягати ремонту;

– ергономічні показники характеризують узгодженість конструкції виробу з особливостями людського організму для зручного використання продукту;

– естетичні показники характеризують цілісність продукції, інформаційну виразність, раціональність форми;

– технологічні показники визначають ступінь пристосованості товару до використання та ремонту із найменшими втратами для підприємства; до цієї групи належать показники собівартості продукції, трудомісткості, фондомісткості та матеріаломісткості продукції, що випускається;

– стандартизація та уніфікація відображають відповідність продукції стандартам, рівень уніфікації з іншими виробами;

– патентно-правові показники відображають рівень технічних рішень, захист продукції патентами і подальший безперешкодний продаж у межах країни й за кордоном;

– екологічні показники характеризують ступінь шкідливих впливів на довкілля при виготовленні, використанні та утилізації продукту;

– економічні показники охоплюють витрати підприємства, пов'язані з розробкою, виготовленням і реалізацією продукції, які входять до собівартості і, як наслідок, до ціни готового продукту [2].

Так, управління якістю на фірмі Toyota ґрунтується на чотирнадцяти основних принципах.

1. Приймай управлінські рішення з урахуванням довгострокової перспективи, навіть якщо це завдає шкоди короткостроковим фінансовим цілям.

2. Процес у вигляді безперервного потоку сприяє виявленню проблем.

3. Використовуй систему витягування, щоб уникнути перевиробництва.

4. Розподіляй обсяг робіт рівномірно (хейдзунка): працюй як черепаха, а не як заєць.

5. Зроби зупинку виробництва для вирішення проблем частиною виробничої культури, якщо того вимагає якість.

6. Стандартні завдання є основою безперервного вдосконалення та делегування повноважень співробітникам.

7. Використовуй візуальний контроль, щоб жодна проблема не залишилася непоміченою.

8. Використовуй тільки надійну, випробувану технологію.

9. Виховуй лідерів, які досконало знають свою справу, сповідують філософію компанії й можуть навчити цьому інших.

10. Виховуй неабияких людей і формуй команди, які сповідують філософію компанії.

11. Поважай своїх партнерів і постачальників, став перед ними важкі завдання і допомагай їм удосконалюватися.

12. Щоб розібратися в ситуації, треба побачити все своїми очима (генті генбуцу).

13. Приймай рішення не кваплячись, на підставі консенсусу, зваживши всі можливі варіанти; упроваджуючи його, не зволікай (немаваси).

14. Станьте структурою, що навчається, за рахунок невпинного самоаналізу (хансей) та безперервного вдосконалення (кайдзен) [2].

Таким чином, принципи і методи управління якістю використовують для вирішення проблем виробничого процесу, вхідного контролю матеріалів, контролю проектування нової продукції, аналітичної роботи, вирішення проблем збуту, управління кадрами, трудовими відносинами та розв'язання інших управлінських питань. Під якістю видатний фахівець у галузі управління якістю Ісікава К. розумів не тільки якість продукції, але і якість менеджменту сервісного обслуговування, самої фірми та якість взаємин між людьми. Він вважав, що результати діяльності з управління якістю, яка охоплює всю компанію, є чудовими не лише як забезпечення якості промислової продукції, але також і через їх величезний внесок у бізнес компанії в цілому.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Рожко В. І.

Література: 1. Адлер Ю., Черных Е. Управление знаниями: новые акценты поиска источников конкурентных преимуществ. *Стандарты и качество.* 2000. № 6. С. 48–55. **2.** Захаров М. Г. Система качества – инструмент самосохранения предприятия в условиях кризиса. *Стандарты и качество.* 1999. № 2. С. 33–35. **3.** Качалов В. А. Зарубежный опыт проведения самооценки деятельности в области качества. *Стандарты и качество.* 1997. № 5. С. 47–53. **4.** Международный стандарт ISO 9000:2005. Системы менеджмента качества. Основные положения и словарь. М., 2005. **5.** Мазур И. И., Шапиро В. Д. Управление качеством. М. : Высшая школа, 2003. 340 с. **6.** Ильенкова С. Д., Ильенкова Н. Д., Ягудин С. Ю. Управление качеством : учебник / под ред. С. Д. Ильенковой. М. : Юнити, 1998. 200 с. **7.** Шевелева Г. И. Контроль качества продукции : учебный комплекс. Кемерово : Изд-во Кемеровского технологического института пищевой промышленности, 2004. 140 с.

ПРОБЛЕМИ ФУНКЦІОНУВАННЯ ФІНАНСІВ ЄВРОПЕЙСЬКОГО СОЮЗУ ТА ШЛЯХИ ЇХ ПОДОЛАННЯ

УДК 339.7

Дорохов Є. В.

Студент 2 курсу
фінансового факультету ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Досліджено сутність фінансів і бюджету Європейського Союзу. Визначено складові структури доходів і видатків єдиного бюджету Європейського Союзу. Проаналізовано проблеми функціонування фінансів ЄС. Окреслено перспективи та шляхи вирішення наявних проблем задля покращення функціонування відповідного інтеграційного об'єднання.*

Ключові слова: *фінанси, єдиний бюджет, валовий внутрішній продукт (ВВП), перерозподіл валового внутрішнього продукту, Європейський Союз, інтеграційне об'єднання.*

Аннотация. *Исследована сущность финансов и бюджета Европейского Союза. Определены составляющие структуры доходов и расходов единого бюджета Европейского Союза. Проанализированы проблемы функционирования финансов ЕС. Определены перспективы и пути решения имеющихся проблем для улучшения функционирования соответствующего интеграционного объединения.*

Ключевые слова: *финансы, единый бюджет, валовой внутренний продукт (ВВП), перераспределение валового внутреннего продукта, Европейский Союз, интеграционное объединение.*

Annotation. *The essence of the finances and budget of the European Union is investigated. The components of the structure of income and expenditure of the single budget of the European Union were determined. Analyzed the problems of the functioning of the EU finance. The prospects and ways of solving the existing problems to improve the functioning of the corresponding integration association are determined.*

Keywords: *finance, unified budget, gross domestic product (GDP), redistribution of gross domestic product, European Union, integration association.*

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.

Останні десятиріччя Європейський Союз є найбільшим інтеграційним об'єднанням у світі, що за умов глобалізації, постаючи перед новими проблемами, постійно видозмінюється.

Фінанси відіграють важливу роль у функціонуванні будь-якої держави. Європейський Союз як складне об'єднання європейських держав, що тісно координують внутрішню та зовнішню політику, мають єдиний фінансовий простір, постійно стикається із проблемами раціонального функціонування системи перерозподілу валового внутрішнього продукту через єдиний бюджет ЄС. Країни Європейського Союзу постають перед необхідністю пошуку рішення щодо проблем незбалансованого фіскального тиску у різних країнах – членах Єврозони та характеру розподілу та перерозподілу фінансових ресурсів єдиного бюджету Європейського Союзу між регіонами країн – його членів. Інституційні та економічні розбіжності, що виникають, вказують на те, що реальний внесок у економіку абсолютно є не пов'язаним із можливостями впливу на прийняття рішень, що визначає майбутній розвиток Європейського Союзу.

Отже, існує гостра необхідність дослідження питань, що є пов'язаними з гармонізацією фінансів Європейського Союзу, оскільки для ліквідації негативних тенденцій і підвищення ефективності, раціонального розподілу та перерозподілу фінансових ресурсів Європейського Союзу необхідною є переробка основних нормативно-правових актів ЄС, що регулюють фінанси відповідного об'єднання. Європейська інтеграція сприяє забезпеченню фінансової стабільності та економічному процвітанню країн – членів Європейського Союзу. Тому детальне вивчення особливостей утворення фінансів ЄС є вкрай важливим і особливо актуальним за умов євроінтеграційних трансформацій, що нині відбуваються в Україні.

Вагомим є внесок у дослідження питань теорії та практики функціонування фінансів Європейського Союзу зарубіжних і вітчизняних науковців, серед них Будкін В., Гайдуцький А., Черемісова Т., Бурбика М. та ін. Однак, усі

© Дорохов Є. В., 2018

автори аналізують відповідні питання узагальнено, не вдаючись до розгляду того, які шляхи є актуальними з огляду на глобальні зміни останнього часу.

Метою написання статті є дослідження перспектив реформування фінансів Європейського Союзу, а також окреслення напрямів подолання проблем фінансів ЄС.

Фінанси Європейського Союзу є частиною міжнародних фінансів, що належать ЄС; суспільні відносини, які регулюють формування, розподіл і використання грошових фондів Європейського Союзу. Призначення фінансів Європейського Союзу полягає в об'єднанні частки міжнародних фінансів, що створюються фінансовими системами країн – членів Європейського Союзу; формуванні грошових фондів, розподілі валового внутрішнього продукту для задоволення потреб суспільства (громадян) [2].

Для Європейського Союзу не характерний традиційний для держав розподіл органів влади на законодавчі, виконавчі та судові. Якщо Суд Європейського Союзу можна сміливо вважати судовим органом, то законодавчі функції належать одночасно Раді Європейського Союзу, Європейській комісії та Європарламенту, а виконавчі – Комісії та Раді ЄС.

Функціями фінансів Європейського Союзу є розподільча, контрольна, стимулююча, регулююча, відтворювальна та стабілізуюча. Фінансовим підґрунтям діяльності Європейського Союзу є загальний бюджет ЄС та спеціальні структурні фонди.

Бюджет Європейського Союзу є основним фінансовим документом, до якого входять усі надходження та видатки Європейського Союзу на основі щорічних прогнозів [3]. Єдиний бюджет ЄС виступає у формі незалежного фонду фінансових ресурсів, що управляється наднаціональними органами та є відмінною рисою європейської співдружності. Через відповідний бюджет відбувається перерозподіл частини національного доходу, що дозволяє ефективно управляти грошовими ресурсами, реалізувати єдину економічну та фінансову політику Європейського Союзу [2].

Для бюджету Європейського Союзу характерним є дотримання низки принципів: єдності та бюджетної точності, прозорості, щорічності, рівноваги, розрахункової одиниці, універсальності, специфікації, раціонального фінансового менеджменту [1].

Інтеграційне об'єднання Європейського Союзу допомогло створити спільний ринок, що дозволило ЄС забезпечити своїм громадянам вищий рівень життя. Нині уряд ЄС сприяє розробці ефективніших механізмів вирішення найважливіших проблем у сфері соціально-економічної політики, енергетики, охорони навколишнього середовища, розвитку інфраструктури.

Стрімке розширення та включення країн із неоднорідним рівнем економічного розвитку та станом державних інституцій спричинили виникнення низки проблем і викликів щодо взаємодії країн-засновників і країн – нових членів. Цим зумовлено періодичні кризові явища в межах існуючої соціально-економічної моделі країни – учасниці.

Розглянемо основні проблеми функціонування фінансів Європейського Союзу.

1. Зростання дефіциту сектора державного управління призвело до зростання державного боргу як у окремих країнах – учасницях Європейського Союзу (перевищення границі 60 % валового внутрішнього продукту, що були встановлені в Маастрихтських угодах, спостерігалося у 2017 р. у Греції (136,8 %), Кіпрі (159,9 %), Португалії (92,5 %)). Зауважимо, що динаміка найбільш розвинених країн Європейського Союзу варіюються від (–18,1 %) у Німеччині до (55,1 %) у Італії, а також і в ЄС у цілому. Рішенням відповідної проблеми має стати оптимізація витрат сектора державного управління, перегляд політики щодо зовнішніх санкцій.

2. Раціональний перерозподіл фінансових ресурсів. Для більшої частини членів Європейського Союзу, які є нетто-донорами, формується небезпека, особливо у межах сільського господарства (значна частина видатків Європейського Союзу) [2]. Значна частка видатків єдиного бюджету ЄС йде на регіональне вирівнювання економічно відсталих країн – членів Європейського Союзу за рахунок загальних коштів [6]. Рішенням стане розширення можливостей для розвитку відсталих регіонів, окрім використання коштів нетто-донорів, передусім за рахунок упровадження інноваційних технологій у відсталих регіонах задля покращення їх функціонування (перш за все пов'язаних із виробництвом «зеленої енергії», IT технологіями).

4. Гармонізація та вирівнювання податкових ставок у різних країнах – членах Європейського Союзу. Розв'язанням стане вирівнювання умов конкуренції всередині ЄС шляхом реформування податкового законодавства й установлення єдиної ставки для всіх країн – членів Європейського Союзу).

5. Інституційна криза під час розподілу голосів про прийняття важливих рішень. Розширення Європейського Союзу з шести членів до формату ЄС-28 істотно впливає на інтереси великих донорів (Німеччина, Франція), оскільки вони змушені бути на одному шаблі при прийнятті рішень із реципієнтами (Греція, Італія, Іспанія, Португалія). Це вказує на те, що реальний внесок у економіку абсолютно не є пов'язаним із можливостями впливу на прийняття рішень, що визначає майбутній розвиток Європейського Союзу. Виправити цю проблему допоможе перегляд

питання щодо введення мораторію на вступ до Європейського Союзу (кожна відстала економічна система створює нову ланку проблем з функціонуванням Союзу, спричиняє розширення внутрішніх протиріч).

6. Проблема банківського сектора Європейського Союзу. Актуальною проблемою є інтегрування банківських систем країн-членів; необхідність фінансування Європейського центрального банку; проблеми з реалізацією проекту створення Союзу ринків капіталу (CMU). Створення сильного банківського Союзу та перегляд варіанта оновлення ринків капіталу допоможе ліквідувати цю проблему [2].

7. Недосконала фіскальна структура (недостатній рівень ефективності повноцінної системи випуску боргових зобов'язань та збору доходів на загальноєвропейському рівні). Розв'язанням стане створення загальної інформаційної основи для фіскальної політики.

8. Посилення націоналістичних ідей в межах Союзу. Ця проблема є наслідком викладеного у пп. 1; 2; прикладом може бути Брексіт.

9. Збільшення витрат на соціальне забезпечення населення (міграційна проблема, зростання безробіття). Подолати цю проблему допоможе введення жорсткішої імміграційної політики [1; 2].

Таким чином, глобалізація фінансової системи і світова фінансова криза вимагають посилення й розширення національного та наднаціонального контролю Європейського Союзу. Раніше у фінансовому регулюванні переважали внутрішні органи влади країн – учасниць співтовариства, що, як показує досвід, призвело до тотальної невдачі. Ось чому актуальним для Європейського Союзу залишається створення ефективного загальноєвропейського контрольно-регулюючого органу. Це підтверджується тим, що фінанси ЄС перебувають у стані боротьби з кризовими явищами та поступового реформування. Стійкість фінансової системи Європейського Союзу характеризується збереженням оптимальних темпів зростання валового внутрішнього продукту навіть після Брексіту.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Кіпа М. О.

Література: 1. Черемісова Т. А. Фінанси Європейського Союзу та особливості їх організації. *Економічний форум.* 2014. № 2. С. 29–35. **2.** Бурбика М. М., Смирнова Г. Ю. Фінансова система Європейського Союзу: переваги та проблеми розвитку. *Правові горизонти.* 2016. № 2. С. 125–130. **3.** BBC News. Euroglossary. URL: http://news.bbc.co.uk/2/hi/in_depth/europe/euro-glossary/default.stm. **4.** Історичні передумови утворення Європейського Союзу. URL: https://studopedia.com.ua/1_269502_Istorichni-peredumovi-ta-osnovni-etapi-stanovlennya-prava-yevropeyskogo-soyuzu.html. **5.** The Treaty of Lisbon. URL: http://www.europarl.europa.eu/factsheets/en/sheet/5/the-treaty-of-lisbon. **6.** Eurostat. URL: https://ec.europa.eu/eurostat/home?p_auth=BMAauWo7&p_p_id=estatse. **7.** Economic and financial challenges for the European Union in 2017. URL: https://piie.com/commentary/speeches-papers/economic-and-financial-challenges-european-union-2017.

ПРОБЛЕМИ ПОДАТКОВОЇ СИСТЕМИ УКРАЇНИ ТА ЗАХОДИ ЩОДО ЇХ ВИРІШЕННЯ НА СУЧАСНОМУ ЕТАПІ РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ

УДК 336.221

Дорохова О. В.

Студент 2 курсу
фінансового факультету ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Узагальнено проблеми функціонування податкової системи України на сучасному етапі розвитку економіки, надано рекомендації щодо їх вирішення. Аргументовано роль і значення обґрунтованої та*

© Дорохова О. В., 2018

зваженої податкової політики для підвищення ефективності вітчизняної податкової системи. Окреслено на майбутнє основні пріоритети вітчизняної податкової політики.

Ключові слова: *економіка, податки, оподаткування, податкова система, податкова політика.*

Аннотация. *Обобщены проблемы функционирования налоговой системы Украины на современном этапе развития экономики, приведены рекомендации по их решению. Аргументированы роль и значение обоснованной и взвешенной налоговой политики для повышения эффективности отечественной налоговой системы. Определены на будущее основные приоритеты отечественной налоговой политики.*

Ключевые слова: *экономика, налоги, налогообложение, налоговая система, налоговая политика.*

Annotation. *The problems of the functioning of the tax system of Ukraine at the present stage of economic development are summarized, recommendations on how to solve them are given. The role and importance of sound and balanced tax policy to improve the efficiency of the domestic tax system are argued. The main priorities of domestic tax policy are determined for the future.*

Keywords: *economics, taxes, taxation, tax system, tax policy.*

Сучасна вітчизняна економіка функціонує за умов незбалансованого завищеного фіскального тиску. У зв'язку із цим виникає необхідність дослідження питань, що є пов'язаними із впливом податкової системи на основні економічні процеси, оскільки для подолання негативних тенденцій і підвищення рівня ефективності оподаткування важливим є вдосконалення як системи оподаткування в цілому, так і окремих податків.

Вагомим є внесок у розробку питань теорії та практики функціонування податкової системи зарубіжних науковців-економістів, серед них Сміт А., Рікардо Д., Маркс К., Бекон Ф., Ліндаль Е., Гоббс Т., Кейнс Д., Лаффер А., Фрідман М., Брю С. У вітчизняній економічній думці проблеми побудови податкової системи досліджували Крисоватий А., Юрій С., Бутенко А., Василик О., Ревун В., Соколовська А., Тарангул Л., Федосова В. та ін.

Метою написання статті є виявлення проблем функціонування сучасної вітчизняної податкової системи й обґрунтування напрямків її вдосконалення.

Податкова система України розпочала своє формування на початку трансформаційного процесу. Вона відіграла свою позитивну роль на етапі становлення України як незалежної держави. Однак, перехід української економіки на ринкові відносини потребує вдосконалення податкової системи задля оптимального виконання нею своїх завдань і функцій [1].

Значним кроком на шляху вдосконалення вітчизняної податкової системи стало прийняття Податкового кодексу України, про що свідчить зменшення кількості податків і зборів: загальнодержавних – до 7, місцевих податків і зборів – до 4; поступове зниження ставки податку на прибуток до 18 % та ПДВ – до 20 %; удосконалення амортизаційної політики; адаптація норм Податкового Кодексу України до принципів і директив Європейського Союзу [2].

Однак, на сьогодні вітчизняна система оподаткування налічує чимало проблем і суперечностей функціонування. Українська податкова система була всесвітньо визнана як одна з найбільш складних і найменш ефективних не тільки серед країн європейського регіону. У рейтингу податкових систем Paying Taxes 2017, підготовленому Світовим банком спільно з Price Waterhouse Coopers, Україна піднялася на 23 позиції щодо рейтингу легкості сплати податків. Наша країна посіла 84 місце серед 190 країн світу (у 2016 р. вона перебувала на 107 місці) [3].

За сучасних економічних умов вітчизняна податкова система не є інструментом, за допомогою якого відбувається підвищення конкурентоспроможності держави, не відбувається зростання обсягів діяльності суб'єктів господарювання – на відміну від країн Європейського Союзу [4].

Для української податкової системи характерною є перевага податкових надходжень у доходній частині державного бюджету країни. З одного боку, ця перевага у своєму кількісному визначенні свідчить про високий рівень залежності доходної частини бюджету країни від податків, з іншого – якісна структура податкових надходжень доходів державного бюджету знову і знову підтверджує факти падіння реальних доходів підприємств, зростання кількості збиткових підприємств, недосконалості податкового законодавства, низького рівня доходів громадян [5].

Основними недоліками чинної податкової системи є:

– нестабільність, внутрішня суперечливість і неузгодженість податкового законодавства;

– високе податкове навантаження на бізнес;

– нераціональний розподіл податкового тиску між платниками податку;

– низька фіскальна ефективність податкової системи;

– слабка регулююча функція податкової системи;

– безсистемне й невиправдане надання податкових пільг і звільнень;

– існування лазівок щодо ухилення від сплати податків, заниження величини об'єкта оподаткування, особливо щодо податку на прибуток;

– корумпованість органів податкового контролю [10].

Для подолання цих проблем реформування податкової системи має передбачати:

– зменшення податкових ставок і спрощення систем обліку;

– відмову від практики надання необґрунтованих пільг;

– удосконалення системи контролю за нарахуванням і сплатою податків;

– розробку довгострокової науково обґрунтованої стратегії соціально-економічного розвитку держави [10].

Неефективність податкової системи України є пов'язаною із недосконалістю податкової політики, значною кількістю малоефективних податків, нестабільністю нормативно-правової бази оподаткування й суперечливістю окремих законодавчих норм, а також нераціональністю системи податкових пільг.

Податкова політика є одним із найголовніших, найвагоміших елементів фінансово-економічної політики держави в цілому. Через податкову політику держава активно втручається у роботу ринку, регулює розвиток виробництва, сприяючи прискореному зростанню одних галузей або форм власності і погіршенню інших. Держава формує свої доходи і цілеспрямовано впливає на економіку [6].

Податкова політика є одним із багатьох інструментів втручання у економічні процеси. Економічною наукою розроблено концептуальні основи формування податкової політики держави. Майбуров І. та Соколовська А. під концепцією (доктриною) податкової політики розуміють принципову систему поглядів на побудову податкової системи країни, напрям її вдосконалення та реформування [7; 8].

У процесі розробки податкової політики слід ураховувати критерії, яких потрібно дотримуватися задля досягнення сталого соціально-економічного розвитку країни. Доктор економічних наук Крисоватий А. пропонує такі критерії формування податкової політики: фіскальної достатності, економічної ефективності, соціальної справедливості, стабільності та гнучкості [9].

Для підвищення ролі податкової системи у прискоренні економічного розвитку необхідно розробити податкову політику, спрямовану на стимулювання вітчизняного виробництва, інноваційно-інвестиційної діяльності, споживчого попиту, а також посилення регулюючої та контролюючої функцій держави щодо сплати податків. Важливо впровадити диференційовану ставку податку на прибуток залежно від виду діяльності підприємства; регресивне оподаткування галузей, що сприяють розвитку науково-технічних розробок і нарощенню обсягів виробництва; можливе також поетапне зниження ставки податку на додану вартість.

Отже, податкова політика має визначатись як комплексна програма держави з реалізації фінансово-правових компетенцій щодо мобілізації грошових ресурсів для виконання функцій, покладених із урахуванням необхідності сприяння суспільно-економічному розвитку. Розробка податкової політики має здійснюватися відповідно до бінарного підходу, керуючись не лише положеннями нормативно-правових актів та інтересами держави, а також відповідно до потреб розвитку платників податків, їх стратегії, що змінюється із трансформацією умов і під впливом факторів господарювання. Важливо врегулювати базові положення розробки податкової політики для конструктивності у відносинах між платниками податків і державою [10; 11].

Таким чином, для підвищення ролі податкової системи щодо прискорення економічного розвитку необхідно розробити податкову політику, спрямовану на стимулювання вітчизняного виробництва, інноваційно-інвестиційної діяльності, споживчого попиту, а також посилення регулюючої та контролюючої функцій держави щодо сплати податків.

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

Література: 1. Ревун В. І. Про реформування й модернізацію податкової системи. *Фінанси України*. 2008. № 6. С. 17–24. **2.** Податковий кодекс України : Закон України від 02.12.2010 № 2755-VI // База даних «Законодавство України» / Верховна Рада України. URL: http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2755-17. **3.** Україна вдвічі покращила свої позиції у рейтингу оподаткування // Економічна правда. URL: https://www.epravda.com.ua/news/2017/11/21/631393. **4.** Бутенко А. В. Аналіз зарубіжного досвіду побудови податкової системи та організації збору податкових надходжень. *Управління розвитком.* 2012. № 2. С. 134–137. **5.** Сітшаєва Л. З. Аналіз динаміки обсягів податкових надходжень в загальних обсягах доходів державного бюджету України. http://intkonf.org/sitshaeva-lz-analiz-dinamiki-obsyagiv-podatkovih-nadhodzhen-v-zagalnih-obsyagah-dohodiv-derzhavnogo-byudzhetu-ukrayinu. **6.** Борисенко О. С. Місце податкової політики у системі державного регулювання економіки // Трансформація фінансових відносин : матеріали IV міжнародного симпозіуму (Харків, 10 листопада 2011 р.). Харків : ХІФ УДУФМТ, 2011. С. 332–333. **7.** Майбуров И. А., Ушак Н. В., Косов М. Е. Теория и история налогообложения : учебное пособие. М. : Юнити Дана, 2011. 422 с. **8.** Соколовська А. М. Формування податкової політики

в умовах невизначеності. *Фінанси України.* 2012. № 11. С. 44–51. **9.** Крисоватий А. І., Десятнюк О. М. Податкова система : навч. посіб. Тернопіль : Карт-бланш, 2004. 332 с. **10.** Грінько А. П., Бочуля Т. В., Волошенюк І. Є. Концептуальні напрями формування податкової політики в Україні. *Бізнес Інформ.* 2017. № 1. С. 205–211. **11.** Гербіченко І. А. Критерії формування податкового механізму ринкового типу. *Науковий вісник НЛТУ України.* 2005. № 15. С. 236–241.

СТРАТЕГІЧНИЙ АНАЛІЗ ЗОВНІШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА ПІДПРИЄМСТВА ІЗ ЗАСТОСУВАННЯМ МЕТОДУ PEST-АНАЛІЗУ

УДК 65.012.22

Дудник О. М.

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

Анотація. *Наведено результати PEST-аналізу основних факторів зовнішнього середовища підприємства машинобудівної галузі. Визначено проблеми функціонування підприємств на шляху переходу до ефективнішої фінансової діяльності. Запропоновано напрями вдосконалення стратегії розвитку галузі.*

Ключові слова: *підприємство, організація, виробництво, суб'єкт господарювання, машинобудівне підприємство, фінанси, фінансова стратегія, фінансово-господарська діяльність, стратегічний аналіз, PEST-аналіз.*

Аннотация. *Приведены результаты PEST-анализа основных факторов внешней среды предприятия машиностроительной отрасли. Определены проблемы функционирования предприятий на пути перехода к более эффективной финансовой деятельности. Предложены направления совершенствования стратегии развития отрасли.*

Ключевые слова: *предприятие, организация, производство, субъект хозяйствования, машиностроительное предприятие, финансы, финансовая стратегия, финансово-хозяйственная деятельность, стратегический анализ, PEST-анализ.*

Annotation. *The results of the PEST analysis of the main environmental factors of the enterprise of the engineering industry are given. The problems of the functioning of enterprises in the transition to a more efficient financial activities. The directions of improvement of the industry development strategy are proposed.*

Keywords: *enterprise, organization, production, business entity, machine-building enterprise, finance, financial strategy, financial and economic activity, strategic analysis, PEST-analysis.*

Нині чимало українських підприємств є збитковими, функціонують у нестабільному економічному та політичному середовищі, переживають глибокий спад виробництва та перебувають у критичному фінансовому стані або на межі банкрутства. За таких умов розробка грамотної фінансової стратегії для суб'єктів підприємницької діяльності відіграє виняткову роль у їх подальшому розвитку.

У період кризи найбільшу небезпеку для підприємства становить висока ймовірність руйнування його потенціалу (виробничого, фінансового, кадрового, техніко-технологічного, екологічного), що зумовлює погіршення фінансового стану підприємства, зниження затребуваності його продукції та підвищення ризиковості діяльності. Саме конкурентоспроможність підприємства є показником його вміння пристосовуватися до змін внутрішнього та зовнішнього середовищ, розробляти заходи задля запобігання негативному впливу різних факторів, а також вчасно використовувати наявні можливості для розвитку.

© Дудник О. М., 2018

Беззаперечно, важливими для підприємства є розробка стратегії розвитку, реалізація ефективного менеджменту, що дає змогу визначити напрямки адаптації підприємства до змін умов внутрішнього і зовнішнього середовищ, а також своєчасне реагувати на зміни, використовувати їх на свою користь.

У вирішенні цих завдань важливу роль відіграє професійно розроблена стратегія, яка містить прогноз на кілька років і потребує лише незначних коригувань для пристосування до стрімко змінюваного середовища. Основою такої стратегії є результати проведеного стратегічного аналізу.

Питання розробки та реалізації фінансової стратегії підприємства висвітлено у працях Портера М., Бланка І., Іванюти С., Бутиріної В., Гриньова А., Ястремської О., Ткачук І., Баранівської Х., Шершньової З., Даценко Г. та ін. Сучасні науковці розглядають стратегічний аналіз як багатогранне явище: це передусім аналіз ситуації у внутрішньому і зовнішньому середовищі підприємства у взаємозв'язку та взаємозумовленості; процес детального й комплексного аналізу внутрішніх ресурсів і можливостей підприємства для оцінки майбутнього стану бізнесу.

Метою написання статті є дослідження фінансової стратегії підприємства на прикладі ПАТ «ХМЗ Корум Світло шахтаря».

Під фінансовою стратегією підприємства слід розуміти формування системи довгострокових цілей фінансової діяльності, а також вибір найефективніших шляхів їх досягнення. Необхідно, щоб існувала відповідність набору правил і обмежень для прийняття рішень. Стратегія вказує на ті варіанти рішень, які роблять можливим досягнення поставленої мети. Із появою нових цілей на підприємстві необхідно розробляти нову стратегію [2; 4].

Важливим елементом визначення періоду формування фінансової стратегії підприємства є передбачення розвитку економіки в цілому та кон'юнктури тих сегментів фінансового ринку, із якими є пов'язаною майбутня фінансова діяльність підприємства. Безумовно, вкрай необхідним є також формування стратегічних цілей фінансової діяльності. Для їх окреслення слід визначитися зі стратегічним позиціонуванням суб'єкта господарювання у майбутньому.

Система стратегічних цілей забезпечує формування достатнього обсягу власних фінансових ресурсів, водночас і високорентабельне використання власного капіталу, і оптимізацію структури активів і капіталу, використовуваного у господарській діяльності підприємства.

Слід брати до уваги і розробку фінансової політики за окремими аспектами фінансової діяльності. Це є найбільш відповідальним етапом формування фінансової стратегії. Фінансова політика є формою реалізації фінансової стратегії, а також фінансової ідеології підприємства у розрізі найважливіших аспектів фінансової діяльності на окремих етапах її здійснення. Фінансова політика формується лише за конкретними напрямками фінансової діяльності підприємства, що потребують реалізації найефективнішого управління для досягнення головної стратегічної мети такої діяльності.

Формування фінансової політики підприємства може мати багаторівневий характер. Прикладом є окрема розробка політик управління оборотними та необоротними активами у рамках політики управління активами підприємства. Також політика управління необоротними активами може мати окремі політики для кожної структурної одиниці. У свою чергу, це залежить від наявності такої необхідності через вплив сукупності факторів зовнішнього та внутрішнього середовищ підприємства.

Щоб узагальнити фактори зовнішнього середовища, що впливають на вітчизняну галузь машинобудування, скористаємося PEST-аналізом. Цей метод знайшов широке застосування у практиці стратегічного аналізу підприємств різних сфер діяльності. PEST-аналіз є інструментом, призначеним для виявлення політичних (Policy), економічних (Economy), соціальних (Society) і технологічних (Technology) аспектів зовнішнього середовища, що можуть вплинути на стратегію розвитку суб'єкта господарювання. Результати проведеного PEST-аналізу для ПАТ «Корум Світло шахтаря» подано в табл. 1 [6].

Таблиця 1

PEST-аналіз ПАТ «Корум Світло шахтаря»

Політичні фактори	Економічні фактори
1	2
1. Чергові вибори Президента України із відповідним відволіканням центрів впливу та бюджетних коштів. 2. Необхідність дотримання норм СОТ у законодавчій і нормативній діяльності щодо імпорту-експорту. 3. Понад 90 % підприємств машинобудування є приватизованими, що практично виключає державне регулювання. 4. У зв'язку зі вступом до СОТ можливості державного регулювання в питаннях щодо конкуренції є значно обмеженими. 5. Надмірна політизація суспільства. 6. Недовіра суспільства до влади та її органів	1. Негативна динаміка ВВП. 2. Загрозливо висока інфляція. 3. Нестабільний курс гривні. 4. Висока облікова ставка НБУ, високі ставки кредитування комерційних банків. 5. Низький платіжноспроможний попит внутрішнього ринку. 6. Криза у світовій фінансовій системі. 7. Нестача обігових коштів у підприємств. 8. Неконтрольоване зростання цін на товари та послуги природних монополій (сировина, енергоресурси).

Закінчення табл. 1

1	2
	9. Недостатній обсяг інвестицій у машинобудуванні. 10. Високий рівень матеріало- і енергоємності продукції, що випускається. 11. Низька рентабельність виробництва. 12. Фактична відсутність конкуренції як стимулюючого фактора
Соціальні фактори	**Технологічні фактори**
1. Скорочення чисельності працездатного населення. 2. Зменшення чисельності фахівців і робітників у найбільших промислових регіонах. 3. Недооцінка ролі машинобудування як основи економічної та соціальної захищеності значної частини населення. 4. Зниження привабливості праці у машинобудуванні. 5. ЗМІ не приділяють належну увагу проблемам машинобудування і сучасних прогресивних принципів діяльності підприємств. 6. Немає чітко вираженої орієнтації на якість як основу конкурентоспроможності. 7. Значний розрив між рівнем заробітної плати та рівнем потреб працівника. 8. Низька престижність праці у виробничій сфері	1. Україна не є лідером у передових напрямках науки машинобудування. 2. Незначна інноваційна активність підприємств. 3. Продукція, що випускається, у більшості є морально застарілою, з низьким рівнем автоматизації та інтелектуалізації виробництва. 4. Значне зношування активної частини основних фондів

Проведення аналізу має на меті виявлення тих факторів зовнішнього середовища, які найбільше впливають на підприємство, а також передбачення динаміки впливу цих факторів (сприятливого чи несприятливого). За результатами аналізу бачимо, що найбільший вплив на діяльність ПАТ «ХМЗ Корум Світло шахтаря» мають економічні та соціальні фактори.

Політика регулює владу, яка визначає ділове середовище машинобудування й отримання ключових ресурсів для його діяльності. У свою чергу, економіка створює картину розподілу ресурсів на рівні держави, що є найважливішою умовою діяльності галузі машинобудування. Науковий і виробничий потенціал машинобудування та громадський інтерес до нього визначають за допомогою соціального компонента. Четвертим фактором є технологічний компонент, що виявляє тенденції у технологічному розвитку, які найчастіше є причинами змін і втрат ринку, а також появи нових продуктів [7].

За результатами PEST-аналізу можна зробити висновки щодо діяльності з реалізації стратегії ПАТ «ХМЗ Корум Світло шахтаря». З діючих політичних факторів випливає, що бюджетні засоби на реалізацію стратегії буде обмежено; можливості законодавчого, нормативного, митного й іншого регулювання обмежено рамками норм СОТ. Можливості державного регулювання лежать лише у площині розробки й упровадження заходів підтримки чи стримування.

Із чинних економічних факторів випливає, що для розвитку внутрішнього ринку та збільшення експорту потрібні енергійні дієві заходи з формування платіжноспроможного ринку збуту та приборкання цінового хаосу на монопольному сировинному ринку.

З соціальних факторів випливає, що потрібно підняти статус вітчизняного машинобудування в очах суспільства, тим самим сформувати умови для забезпечення машинобудування кадрами фахівців і робітників. З огляду на технологічні фактори важливо модернізувати всю вітчизняну промисловість, що значно розширить внутрішній ринок; оцінити наявний науково-виробничий потенціал у передових напрямках науки і техніки та визначити інноваційні шляхи розвитку; розробити заходи щодо підвищення інноваційної активності; розробити та реалізувати програми дій щодо відновлення активної частини основних фондів; популяризувати та стимулювати впровадження сучасних методів менеджменту.

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

Література: 1. Бутиріна В. М. Визначення фінансової стратегії розвитку підприємства. *Науковий вісник НЛТУ України.* 2011. № 21. С. 177–179. **2.** Бланк И. А. Финансовая стратегия предприятия : учебный курс. Киев : Эльга ; Ника-Центр, 2006. 520 с. **3.** Іванюта С. М. Антикризове управління : навч. посіб. Київ : Центр навч. літ., 2007. 288 с. **4.** Портер М. Конкурентная стратегия. Методика анализа отраслей и конкурентов. М. : Альпина Бизнес Букс, 2005. 464 с. **5.** Ансофф И. Стратегическое управление. М. : Экономика, 1998. 358 с. **6.** Гриньов А. В., Ястремська О. М. Якість формування фінансової стратегії підприємства. *Фінанси України.* 2006. № 6. С. 121–128. **7.** Ткачук І. Г. Формування фінансової стратегії в системі управління підприємством. *Вісник ЖДТУ.* 2008. № 2. С. 301–304.

8. Кравчук О. М., Лещук В. П. Фінансова діяльність суб'єктів підприємництва : навч. посіб. Київ : Центр навч. літ., 2010. 352 с. **9.** Баранівська Х. З., Барвінська Є. С., Фещур Р. В. Функціональний підхід до управління економічною стійкістю підприємства. *Науковий вісник НЛТУ України.* 2009. № 11. С. 140–150. **10.** Шершньова З. Є. Стратегічне управління : підручник. Київ : КНЕУ, 2004. 699 с.

BANKING SYSTEM AND BANKING REGULATION IN UKRAINE

UDC 336.71 (477)

Y. Durakova

The 2-rd year student
of the Financial Faculty of KhNEU S. Kuznets

Annotation. *The essence of the banking system as an integral part of the national economic mechanism is considered. The process of its formation, and in particular the formation in Ukraine, is briefly described. The main task of the banking system is determined, which helps create conditions for the accumulation of savings of all economic agents and transform them into investments.*

Keywords: *finance, financial institution, bank, banking, banking institution, banking services, banking regulation, banking system, payment, policy related to money.*

Анотація. *Розглянуто сутність банківської системи як невід'ємної ланки національного економічного механізму. Стисло описано процес його формування і зокрема формування в Україні. Визначено основне завдання банківської системи, що сприяє створенню умов накопичення заощаджень усіх економічних агентів та їх перетворення на інвестиції.*

Ключові слова: *фінанси, фінансова установа, банк, банківська діяльність, банківська установа, банківські послуги, банківське регулювання, банківська система, платіж, політика, що є пов'язаною з грошима.*

Аннотация. *Рассмотрена сущность банковской системы как неотъемлемого звена национального экономического механизма. Кратко описан процесс его формирования и в частности формирования в Украине. Определена основная задача банковской системы, способствующая созданию условий накопления сбережений всех экономических агентов и их превращению в инвестиции.*

Ключевые слова: *финансы, финансовое учреждение, банк, банковская деятельность, банковское учреждение, банковские услуги, банковское регулирование, банковская система, платеж, политика, связанная с деньгами.*

In the conditions of transitional economy on the stage of forming and development of market institutes the banking system of Ukraine did not mobilize and did not realize all stimulant possibilities.

The **aim** of this research paper is to follow the development of market institutes of the banking system of Ukraine and to study the main changes that take place in banking.

The objectives of this work are to study the classification of the banking system, a description of the functioning of banking systems in different countries, a comparison of the banking systems of different countries and an analysis of the banking system of Ukraine.

The main method of choosing information for this paper is the descriptive one. There are many economists who worked in the same direction. They studied such process as Banking System of Ukraine and Banking Regulation, Deposit banking, Invention of the check, Bank notes, Historical aspects of the banking system, Bank credit, Negotiable instruments, Structure of banking systems, Types of banking business, Non-bank financial intermediaries, Hybrid banking, Unit banking the United States, Properties of the banking system of Ukraine, Legal Status and Functions of the National Bank of Ukraine.

© Y. Durakova, 2018

The novelty and topically of this paper are to study new tendencies of banking. The practical application of this paper is to use the results of the paper in the further research work.

This work consists of introduction, the first part called «Banking System and Banking Regulation»; the second part called «General information about the banking system»; the third part called «Banking system in Ukraine», conclusion, references and summary, which illustrate some result of our investigation.

A banking system is a group or network of institutions that provide financial services for us. These institutions are responsible for operating a payment system, providing loans, taking deposits, and helping with investments. Banking systems perform several different functions, depending on the network of institutions. For example, payment and loan functions at commercial banks allow us to deposit funds and use our checking accounts and debit cards to pay our bills or make purchases. They can also help us finance our cars and homes [6].

A bank deals in money and money substitutes; it also provides a range of financial services. In a formal sense, it borrows or receives deposits from firms, individuals, and (sometimes) governments and, on the basis of these resources, either makes loans to others or purchases securities, which are listed as investments. In general, it covers its expenses and earns its profits by borrowing at one rate of interest and lending at a higher rate. In addition, commissions may be charged for services rendered [5].

A bank is under an obligation to repay its customers' balances either on demand or whenever the amounts credited to them become due. For this reason, a bank must hold some cash and keep a further proportion of its assets in forms that can readily be converted into cash. It is only in this way that confidence in the banking system can be maintained. In its turn, confidence is the basis of credit. Provided its promises are always honored, a bank can create credit for use by its customers – either by issuing additional notes or by making new loans. As long as they remain outstanding, these promises continue to constitute claims against that bank and can be transferred by means of checks or other instruments from one party to another. In essence, this is what is known as deposit banking. With some variations, it is the accepted basis of commercial banking as practiced in the modern world. Indeed, deposit banking cannot be said to exist as long as the assets held by a bank consist only of cash lodged by depositors. Once the accounts of banks begin to show more deposits than cash, part of these deposits must represent loans that have been made by a banker to his customers, that is, deposits created by the banking system [6].

Banking systems different countries are their circulatory system in fact, because ensuring the movement of funds and serve the needs of the real and financial sectors of the economy. Many foreign companies and businessmen are interested in working in Ukraine, and the information about the banking system of Ukraine may be interesting for them [6].

Banking system of Ukraine is built on the principle of two-tiered. At the first level – the central bank – National Bank of Ukraine (NBU), which controls the banking system of Ukraine and all commercial banks are work on the basis of individual licenses with the permission and under the control of NBU. The main function of NBU is to ensure stability of the national currency. In addition, NBU has a task of maintaining stability in the banking system and price stability within the limits of their powers, control and management of foreign exchange reserves of Ukraine, regulation of the work of payment systems in Ukraine, other forms of banking regulation and supervision [6].

The second level of the banking system is represented by banks, which are directly involved in credit, deposit, settlement and cash services for legal entities and individuals. Currently in Ukraine there are 120 commercial banks, 40 of them – with foreign capital. Balance sheet footing of Ukrainian banks are estimated at 120 billion US dollars at the moment. However, about half of the deposits made in foreign currency, which is further evidence banking system is in the overexposure of the stability of the national currency.

Commercial banks are grouping to four groups of banks by criteria NBU as on 2016: with the state share in the authorized capital (7 banks), which of 3 banks with 100 % charter capital of the state (PJSC «Oschadbank», PJSC «Ukreximbank», PJSC «UGB»); banks with the participation of foreign banking groups (19 banks); banking group with assets of more than 0,5 % of the banking system assets (13 banks); banking group with assets of less than 0.5% of the banking system assets (78 banks) [6].

Also, the National Bank of Ukraine has tough policy on capital buffers, refinancing, currency write-offs, monitors transactions subject to financial monitoring (particularly in terms of possible financing of terrorism, or structures associated with terrorist organizations so-called Donetsk and Luhansk People's Republic). Most of the control and regulation functions are not visible to customers and banks do not create practically any difficulties for ordinary consumers of banking services. Add up we can say that the Ukrainian banks, especially any of the top-20, can be safely used in business for cash management services. But we would not advise businesses to make large bank deposit in the coming years, and would suggest looking for other forms to invest free funds. And also businesses with large turnovers may work with several banks in order to avoid stopping business processes, if bank will be have problems in its work [6].

It remains to inquire into the degree to which there are variations in the types of business done by commercial banks in different countries and to establish the reasons for such differences. The essential characteristics of banking business can be most readily understood within the framework of a simple balance sheet.

The main liabilities are capital (including reserve accounts) and deposits – domestic and foreign – whether of corporations, firms, private individuals, other banks, or (sometimes) governments; whether repayable on demand (that is, sight or current accounts) or after the lapse of a period of time. The most important assets items are: cash, (which may be in the form of credit balances with other banks – for example, with the central bank or with correspondents); liquid assets, such as money at call and short notice, day-to-day money, short-term government paper (for example, Treasury bills and notes), and commercial bills of exchange, all of which may be readily converted into cash without risk of substantial loss; investments or securities (medium-term and long-term government securities, including those of local authorities such as states, provinces, or municipalities; also, in certain countries, participations and shares in industrial concerns); advances and loans to customers of all kinds, but primarily those in trade and industry, including in some countries term and mortgage loans (discounts, that is, discounted commercial bills of exchange, may sometimes be shown here, instead of under liquid assets); and premises, furniture, and fittings (usually written down to quite nominal figures) [6].

The National Bank of Ukraine is a modern, open and independent central bank enjoying public trust and integrated into the European community of national central banks.

Mission: To ensure price and financial stability contributing to the sustainable economic development of Ukraine.

Values: patriotism, professionalism, transparency, integrity, partnership [5].

The National Bank of Ukraine (hereinafter referred to as the National Bank) is the central bank of Ukraine, a special central body of the state administration, whose legal status, objectives, functions, powers and principles for organization are determined by the Constitution of Ukraine, Law of Ukraine «On the National Bank of Ukraine» and other laws of Ukraine [5; 6].

In conclusion It must be said that Banking system of Ukraine is built on the two-tiered principle. At the first level – the central bank this is National Bank of Ukraine (NBU), controls the banking system of Ukraine and at the second level all commercial banks work on the basis of individual licenses with the permission and under the control of NBU. The main function of NBU is to ensure stability of the national currency.

Supervisor – teacher Maksimova I. A.

Literature: 1. Englewood Cliffs. *Banking Industry.* 1998. № 2. P. 25–100. **2.** Beckhart T. Banking Systems. New York, 1954. P. 45–127. **3.** Money and Credit: Their Influence on Jobs, Prices and Growth. Englewood Cliffs, N.J. : Prentice-Hall, 1961. P. 67–111. **4.** Crick W. F. Commonwealth Banking Systems. Oxford : Clarendon, 1965. P. 12–46. **5.** Холодна Ю. Є., Рац О. М. Банківська система : навч. посіб. Харків : ХНЕУ, 2013. 316 с. **6.** Котюжинська Н. Банківська система України та банківське регулювання // Кидалов та партнери. URL: http://kydalov-partners.com/uk/банківська-система-україни-та-банків.

METHODICAL APPROACH TO THE DEVELOPMENT OF THE ANTI-CRISIS STRATEGY OF THE TOBACCO INDUSTRY

UDK 005.334.4:658.1

A. Yefremova

Undergraduate 1-st year study
of the Financial Faculty of KhNEU S. Kuznets

Annotation. *The main stages of the formation of the anti-crisis strategy of the enterprise on the example of the tobacco industry are considered. A proposed scheme for monitoring compliance with the goals in accordance with the established strategy is proposed.*

Keywords: *enterprise, organization, production, business entity, finance, financial strategy, financial condition, financial environment, crisis, mission, anti-crisis strategy, strategic decisions.*

Анотація. *Розглянуто основні етапи формування антикризової стратегії підприємства на прикладі тютюнової галузі. Запропоновано розроблену схему контролю за дотриманням поставлених цілей відповідно до сформованої стратегії.*

Ключові слова: *підприємство, організація, виробництво, суб'єкт господарювання, фінанси, фінансова стратегія, фінансовий стан, фінансове середовище, криза, місія, антикризова стратегія, стратегічні рішення.*

Аннотация. *Рассмотрены основные этапы формирования антикризисной стратегии предприятия на примере табачной отрасли. Предложена разработанная схема контроля соблюдения поставленных целей в соответствии со сложившейся стратегией.*

Ключевые слова: *предприятие, организация, производство, субъект хозяйствования, финансы, финансовая стратегия, финансовое состояние, финансовая среда, кризис, миссия, антикризисная стратегия, стратегические решения.*

In the current conditions of trading enterprises, in the context of close competition and a difficult economic situation, an effective aspect of their functioning is an effective anti-crisis management. Its implementation is achieved through the development of an effective anti-crisis strategy, which should be aimed at achieving financial stability of the enterprise.

The problems and methods of forming the financial strategy of the enterprise were considered with by scientists Blank I. A., Korol V. S., Akulov V. B., Kamneva A. V. and others.

The *purpose* of the article is to disclose all stages in the formation of an anti-crisis strategy based on the example of a tobacco industry enterprise and to develop scheme for monitoring the implementation of the strategy.

So, Blank I. A. has identified several stages in the financial strategy formation and implementation. The first is definition of the general period of financial strategy formation. As a rule, a strategic plan is being formed for three – five years (sometimes – for ten years). But the Ukrainian legislation is unstable and varies fast. In such conditions, the formation of a strategy will not be more than 5 years ahead [1; 2].

The second stage is investigation of factors of the external financial environment. Over the past fifteen years, tobacco products in Ukraine have been predominantly based on imported raw materials, while imports are on average 10 times higher than tobacco exports from Ukraine. The total volume of cigarettes production in Ukraine does not have a constant tendency to grow or fall, as it is affected by quite a lot of factors, both political and social (Fig. 1) [5].

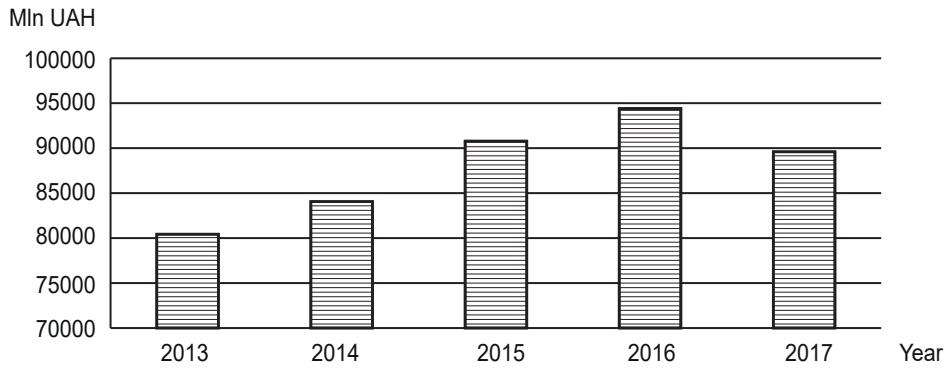


Fig. 1. **Volume of production of tobacco products in Ukraine, 2013–2017**

© A. Yefremova, 2018

In Ukraine the market for tobacco products is represented by four large companies, including PJSC «Philip Morris Ukraine», PJSC «British American Tobacco», PJSC «Japan Tobacco International» and «Imperial Tobacco Production Ukraine».

The third stage is investigation of the factors of the internal financial environment. If to take for example the PMU, the enterprise should pay attention to improvement of its financial condition, since for the most part it is its weak side. Low indicators of financial stability, liquidity, lack of own working capital can lead the company to a deep financial crisis. However, the company has the potential and in 2017, despite the still insufficiently stable and favorable financial position, the situation has improved in comparison with 2016. Therefore, if the company continues to improve its performance and development, it will be able to exit from unfavorable conditions and significantly improve its financial position in the next few years [5].

The next stage is comprehensive assessment of the strategic financial position of the entity. It could be done by using Franschona–Romane matrix (Tabl. 1) [6].

Table 1

The Franschona–Romane matrix, 2015–2017

	FAR < 0	*FAR* = 0	*FAR* > 0
EAR > 0	**1** 2016 ←	**4** 2015	**6** → 2017
EAR = 0	**7**	**2**	**5**
EAR < 0	**9**	**8**	**2**

Key indicators are FAR – financial activity result and EAR – economic activity result. The enterprise throughout the analyzed period is above the diagonal of the matrix (in the zone of success and equilibrium), it can be said that the PMU is conducting its activities for development and prosperity, despite some unsatisfactory separate indicators of the financial state. The reason for the observation of such a phenomenon in an enterprise can be an effective strategy of enterprise development. Provided that the PMU for the matrix will not remain at the previous level, there is a prospect of bringing the indicators of the financial state to the norm, creating liquid assets and minimizing the risk [6].

One more stage is mission, vision and financial strategy goals formation. The company's existing mission is «Free smoke future». PMU conducts business responsibly and tries to minimize the harmful effects of its products by creating a safer alternative for those who love tobacco. The vision of the company is presented as a flexible, light business that seeks to reduce the negative impact of its products by creating safer alternatives [5].

The next stage is development of target strategic norms of financial activity. In line with the anti-crisis strategy, the company has formed two main objectives that will help it improve its financial position and financial stability: increase its own working capital by 100 % (i. e. bringing the sum of the OWC to a positive value) and bring the current liquidity indicator to the norm (reach the current liquidity ratio of 1,5 – the lower limit of the norm) in order to increase the firm's stability and reduction of risks in the event of an urgent need to repay current liabilities. Reach the current liquidity ratio of 1,5 (lower limit of the norm). Along with this stage is the following: accept basic strategic financial decisions. Thus, it is necessary to increase the amount of equity by 175 % (i. e. increase 2,75 times). An increase in the amount of equity can be achieved by increasing the retained earnings in the equity structure by 200 % (i. e. 3 times). In turn, an increase in retained earnings in the structure of capital requires the creation of another goal – an increase in the amount of net financial result – profit (also 200 %) [2; 5].

Assessment of the developed financial strategy can shows how effective will be company's actions in accordance to goals. If all mentioned changes are made, one can expect that the forecast figure of current liquidity will increase to 1,5 and thus will ensure the company's stable functioning and elimination (minimization) of risks associated with the possibility of urgent need to repay current liabilities. The operation of the enterprise will be more stable and more efficient [2].

The stage of ensuring the implementation of financial strategy refers not to the process of formation, but to the process of implementing the financial strategy. This function falls on the shoulders of senior managers, who must communicate the plans and strategy of the company to their employees and provide them with everything necessary for the normal functioning and performance of tasks.

The last but not the least stage is organization of control over the implementation of financial strategy. Control over the implementation of the financial security strategy at the enterprise can be achieved by creating a strategic map. One of the most recent methodological concepts of strategic enterprise management is the methodology of developing strategic maps for enterprise development. The map is based on a hierarchical principle. All goals, tasks, processes are built on the map and are balanced vertically and horizontally – all activities of the company are interconnected and have indicators

that show how the plan is implemented, at what pace is the achievement of goals. So, the strategic map of PJSC «PMU» is shown in Fig. 2 [5; 6].

The strategic map, shown in Fig. 2, demonstrates the anti-crisis strategy of PJSC «PMU» for the next five years in order to achieve a stable financial situation, sufficient liquidity and effective operation of the enterprise and the use of its resources [5; 6].

Thus, the formation of the anti-crisis strategy of the enterprise involves the implementation of many stages, which as a result can help the enterprise to increase its financial performance and improve its efficiency. It is very important to monitor the fulfillment of goals. The visual presentation of an anti-crisis strategy in the form of a strategic map can help improve its perception, monitor the fulfillment of all set goals and in case of non-compliance with this direction of strategy implementation, adjust the actions to comply with all plans.

Supervisor – Doctor of Sciences (Economics), Professor Zhuravleva I. V.

Literature: 1. Бланк И. А. Финансовый менеджмент : учебный курс. Киев : Эльга ; Ника-Центр, 2004. 656 с. **2.** Король В. С. Антикризовий менеджмент в умовах ринкової трансформації економіки : дис. ... канд. екон. наук : 08.06.02. Львів, 2014. 19 с. **3.** Статистична інформація // Офіційний сайт Державної служби статистики України. URL: http://www.ukrstat.gov.ua. **4.** Акулов В. Б. Финансовый менеджмент : учебное пособие. Петрозаводск : ПетрГУ, 2004. 228 с. **5.** Филип Моррис Украина // Официальный сайт Филип Моррис Украина. URL: https://www.pmi.com/markets/ukraine/en/about-us/overview. **6.** Камнева А. В. Дослідження існуючих інструментів і моделей антикризового управління на підприємстві. *Економіка та управління підприємствами машинобудівної галузі: проблеми теорії та практики.* 2014. № 4. С. 15–23.

РОЛЬ АНАЛІЗУ ФІНАНСОВО-ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В ПІДВИЩЕННІ ЕФЕКТИВНОСТІ ФУКЦІОНУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВА

УДК 005.52:658.14/.17

Єфремова А. В.

Студент 3 курсу
факультету консалтингу і міжнародного бізнесу ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Визначено роль аналізу фінансово-господарської діяльності підприємства як одного із джерел підвищення ефективності його функціонування. Конкретизовано основні методи аналізу діяльності підприємства. Проаналізовано основні показники ефективного функціонування. Розроблено практичні рекомендації щодо підвищення ефективності функціонування суб'єктів господарювання.*

Ключові слова: *підприємство, організація, виробництво, суб'єкт господарювання, фінанси, фінансово-господарська діяльність, фінансовий стан, управління підприємством, оцінка фінансового стану, ефективність, резерви, рентабельність, ліквідність.*

Аннотация. *Определена роль анализа финансово-хозяйственной деятельности предприятия как одного из источников повышения эффективности его функционирования. Конкретизированы основные методы анализа деятельности предприятия. Проанализированы основные показатели эффективного функционирования. Разработаны практические рекомендации по повышению эффективности фукционирования субъектов хозяйствования.*

© Єфремова А. В., 2018

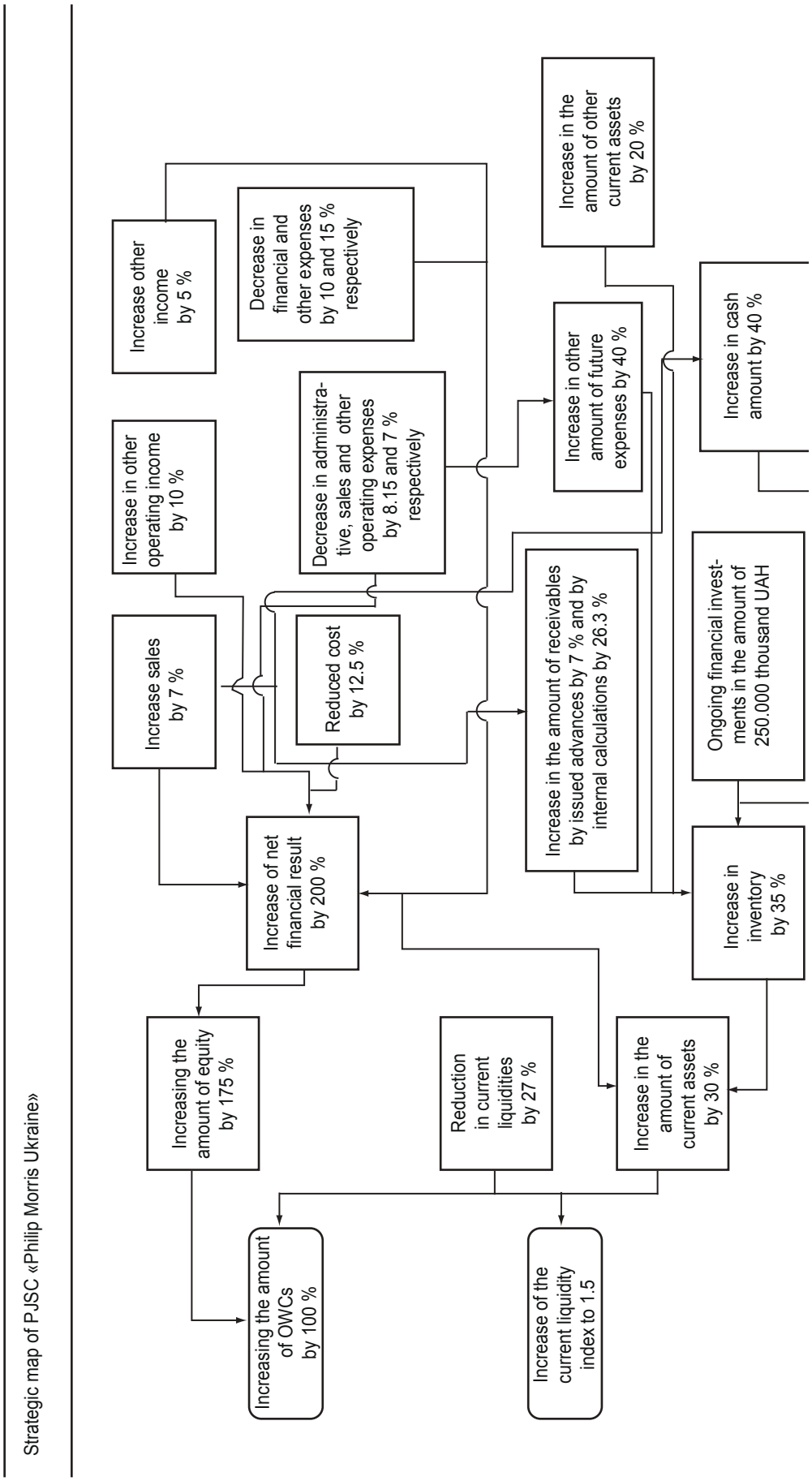


Fig. 2. **Strategic map of PJSC «PMU» in the direction of «Finance»**

Ключевые слова: *предприятие, организация, производство, субъект хозяйствования, финансы, финансово-хозяйственная деятельность, финансовое состояние, управление предприятием, оценка финансового состояния, эффективность, резервы, рентабельность, ликвидность.*

Annotation. *The role of the analysis of financial and economic activity of the enterprise as one of the sources of increasing the efficiency of its functioning is determined. Concretized the main methods of analysis of the enterprise. Analyzed the main indicators of effective functioning. Developed practical recommendations for improving the efficiency of functioning of business entities.*

Keywords: *enterprise, organization, production, business entity, finance, financial and economic activity, financial condition, enterprise management, financial status assessment, efficiency, reserves, profitability, liquidity.*

Сучасне ринкове середовище досить активно розвивається, чим зумовлено стрімкі зміни у характеристиках і методах функціонування бізнесу на світовій арені. Нині відбуваються безперервні пошуки нових шляхів підвищення ефективності та забезпечення стабільності суб'єкта господарювання, упроваджуються заходи щодо попередження банкрутства, здійснюється оцінювання ймовірних фінансових ризиків і результатів. Усі етапи діяльності підприємства, від його створення і до поступового підвищення ефективності господарювання, потребують дослідження, оскільки лише спираючись на результати аналізу, можна розробити та сформувати продуктивні управлінські рішення. Саме цим і зумовлено актуальність цієї теми.

Дослідженням питань аналізу фінансово-господарської діяльності підприємства (АФГД), порушення стабільності його функціонування займалися і займаються Кірейцев Г. Г., Коваленко О. В., Ткачук Г. Ю., Стоянова Є. С., Купалова Г. І. та ін.

Метою написання статті є вивчення теоретичних основ аналізу фінансово-господарської діяльності підприємства з огляду на комплексне економічне значення, а також окреслення й обгрунтування напрямків його розвитку задля підвищення ефективності діяльності.

АФГД відіграє важливу роль у підвищенні економічної ефективності діяльності організації, управлінні й зміцненні її фінансової стійкості. Аналіз являє собою економічну науку, що вивчає економіку організації, її діяльність з точки зору оцінки роботи щодо виконання бізнес-планів, оцінки стану майна та задля виявлення невикористаних резервів підвищення ефективності діяльності. Прийняття обгрунтованих та оптимальних управлінських рішень неможливе без попереднього проведення всебічного поглибленого економічного аналізу діяльності підприємства [2].

Фінансово-господарська діяльність підприємства є сукупністю виробничих фінансових процесів і відносин на підприємстві, що забезпечують створення продуктів. Щоб виявити основні засоби підвищення ефективності фінансово-господарської діяльності, насамперед потрібно визначити фактори гальмування, а потім – здатність підприємства підвищити свою діяльність за умови, що фактори гальмування нейтралізовано. Виявити ці фактори та резерви зростання можна за застосування аналізу ефективності, що передбачає кілька етапів: аналіз використання ресурсів на підприємстві, оцінку впливу цих ресурсів на рівень собівартості, аналіз результатів діяльності й оцінку фінансового стану організації [2].

Оскільки нині існує дуже велика конкуренція у будь-якого підприємства, вивчення динаміки показників одного конкретного підприємства виявляється недостатнім. Сучасні реалії потребують, щоб керівники приділяли значну увагу сильним сторонам своїх конкурентів, тобто враховували та порівнювали своє підприємство з іншими. Керівники мають знатися на принципах усвідомленого використання аналітичних методів і прийомів аналізу, щоб вміло використувати отримані результати. Класифікація методів і прийомів економічного аналізу є досить різноманітною, але існує стандартна класифікація:

– економіко-логічні методи (традиційні): абсолютних величин, відносних величин, середніх величин, метод групування, елементарні методи обробки розрахункових даних (мода, медіана), індексний метод, балансовий метод, метод елімінування;

– економіко-математичні методи: методи математичного програмування, кореляції, регресії, мережевих графіків [2].

Ці методи діагностики дають змогу взаємодоповнювати притаманні бізнесу окремі якісні характеристики внутрішнього та зовнішнього оточення підприємства й розрахунки кількісних показових критеріїв підприємницької діяльності. Щоб бізнес розвивався успішно, важливо розуміти, як саме управляти коштами, яку частку мають становити власні кошти, а яку – позикові.

Найбільш узагальнюючим показником ефективності є рентабельність. Також існують показники, що характеризують ефективність окремих сторін функціонування підприємства (табл. 1) [3; 4]. Фактично ці показники ефективності зіставляють з даними за попередні звітні періоди, а також із показниками інших організацій.

Ефективність фінансово-господарської діяльності підприємства – це результат, який отримали чи потенційно могли б отримати у процесі перетворення ресурсів на продукт чи послугу. Рівень ефективності діяльності організації є визначуваним рівнем його фінансового стану, витрат і результатів. Метою оцінки фінансово-господарської діяльності підприємства є отримання ключових параметрів, які б давали точну й об'єктивну картину фінансового стану підприємства, його прибутків і збитків у розрахунках із кредиторами та дебіторами.

Щоб постійно підвищувати господарську діяльність, необхідно знаходити невикористані можливості збільшення прибутку (резерви зростання); їх розподіляють на три групи: резерви фінансової, інвестиційної та операційної діяльності [4].

Таблиця 1

Показники ефективності функціонування підприємства

Показник	Приклад
Ефективність використання наявних виробничих ресурсів	– основні фонди (фондовіддача, фондоємність); – трудові ресурси (рентабельність персоналу, продуктивність праці); – матеріальні ресурси (матеріалоємність, прибуток у розрахунку на одну гривню матеріальних витрат)
Ефективність використання капіталу	– чистий прибуток на одну акцію; – дивіденди на одну акцію
Ефективність інвестиційної діяльності підприємства	– термін окупності капітальних вкладень; – прибуток у розрахунку на одну гривню капітальних вкладень
Ефективність використання активів організації	– оборотність оборотних активів; – прибуток у розрахунку на одну гривню вартості активів

Резервами фінансової діяльності є залучення довгострокових позик і кредитів, розміщення власного капіталу у рентабельні активи. Резервами інвестиційної діяльності є вилучення коштів із провальних і недієвих інвестиційних проектів і підвищення ефективності реалізації проектів фінансового інвестування. Резервами операційної діяльності є впровадження новітніх методів менеджменту на всіх рівнях підприємства, застосування найефективніших методів для просування товару на ринок, стимулювання працівників, оптимізація розмірів збуту та виробництва продукції [5].

У сучасних українських реаліях зростає значення своєчасного й ефективного аналізу фінансово-господарської діяльності підприємства задля підвищення конкурентоспроможності та визначення шляхів зміцнення його фінансової стійкості. Аналіз дає змогу встановити наявність чи відсутність у суб'єкта господарювання фінансових труднощів, виявити їх причини та розробити план дій щодо їх усунення. Аналіз дає змогу констатувати ступінь платоспроможності та ліквідності підприємства, спрогнозувати ймовірність банкрутства у майбутньому [3].

Економічний аналіз сприяє підвищенню ефективності діяльності підприємств; раціональному та ефективному використанню основних фондів; матеріальних, трудових та фінансових ресурсів; усуненню зайвих витрат, що, у свою чергу, дає змогу запровадити на підприємстві режим економії. Основною метою будь-якого підприємства є досягнення найбільших результатів за найменших витрат. Найважливіше значення має при цьому саме економічний аналіз, оскільки допомагає шляхом усунення причин зайвих витрат мінімізувати собівартість випущеної продукції і цим самим максимізувати прибуток [3; 5].

Таким чином, фінансово-економічний стан суб'єктів господарювання має всебічно та систематично оцінюватися із застосуванням методів аналізу. Необхідно виявляти фактори, які найбільше негативно впливають на фінансово-економічну стійкість і стабільність функціонування, відшукувати шляхи їх уникнення. На підставі аналізу фінансово-господарської діяльності підприємства приймаються стратегічні рішення щодо ведення всього бізнесу в цілому. Прийняття стратегічно правильних рішень має велике значення за сучасних умов насиченого та стрімко змінюваного ринку. Тому важливо проводити АФГД, користуючись актуальним методом, з огляду на особливості бізнесу конкретної організації.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Сапрун Г. Г.

Література: 1. Коваленко О. В. Економічне управління підприємством : навч. посіб. Луганськ : Вид-во ЛНУ імені Тараса Шевченка, 2013. 400 с. **2.** Кірейцев Г. Г. Фінансовий менеджмент : навч. посіб. / за ред. Г. Г. Кірейцева. Київ : Центр навч. літ., 2004. 532 с. **3.** Ткачук Г. Ю. Підходи до оцінки ефективності господарської діяльності

підприємства : навч. посіб. Житомир : ЖДТУ, 2013. 382 с. **4.** Стоянова Е. С. Финансовый менеджмент: теория и практика : учебное пособие. М. : Перспектива, 2003. 656 с. **5.** Купалова Г. І. Теорія економічного аналізу : навч. посіб. Київ : Знання, 2008. 640 с.

CLOUD COMPUTING

UDC 004.63

A. Zhenzhera

The 4-th year student
of the Faculty of Economics Informatics of KhNEU S. Kuznets

Annotation. 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: *virtualization, autonomous computing, computing space, cloud computing, cloud technologies, cloud resources, cloud service.*

Анотація. *Роботу присвячено вивченню та застосуванню на практиці хмарних технологій. Описано історію виникнення хмарних обчислень. Визначено роль хмарних обчислень у навчанні, а також вплив цієї технології на поведінку бізнесу. Проаналізовано як позитивні аспекти «хмари», так і недоліки, які будуть усунені найближчим часом.*

Ключові слова: *віртуалізація, автономні обчислення, обчислювальний простір, хмарні обчислення, хмарні технології, хмарні ресурси, хмарний сервіс.*

Аннотация. *Работа посвящена изучению и применению на практике облачных технологий. Описана история возникновения облачных вычислений. Определена роль облачных вычислений в обучении, а также влияние этой технологии на поведение бизнеса. Проанализированы как положительные аспекты «облака», так и недостатки, которые будут устранены в ближайшее время.*

Ключевые слова: *виртуализация, автономные вычисления, вычислительное пространство, облачные вычисления, облачные технологии, облачные ресурсы, облачный сервис.*

We live in the information age, which according to Wikipedia is a period in human history characterized by the shift from industrial production to the one based on information and computerization.

The growth of Internet, 24-hour television and mobile phones mean that we now receive five times as more information every day as we did in 1986.

But that pales into insignificance compared with the growth in the amount of information we churn out through email, twitter, social networking sites and text messages.

All this information needs storing and now each of us has the equivalent of 600,000 (six hundred thousand) books stored in computers, microchips and even the strip on the back of your credit card. But nowadays there is a more convenient solution for storing your information in Internet. This technology is called cloud computing.

The novelty and topicality of this paper are the new ways of storing information and knowledge of new cloud technology.

The *purpose* of the article is is to study how cloud computing helps us keep our information in safety and how we can use this technology in education and work.

© A. Zhenzhera, 2018

The objectives of the work are to highlight the important role of cloud technologies in everyday life and in the workplace, explore how the cloud has changed the way businesses do business and how much innovation it has brought to the workplace, and explore how the positive and negative aspects of cloud computing used in workplace, and their impact on labor productivity.

The object of the research is cloud computing usage in education and at work. The results of the paper can be practically applied in the future research work.

Main concept of working of cloud computing

Cloud computing is not like your hard drive. When you store data on or run programs from the hard drive, that is called local storage and computing. Everything you need is physically close to you, which means accessing your data is fast and easy, for that one computer, or others on the local network. Working off your hard drive is how the computer industry functioned for decades; some would argue it is still superior to cloud computing, for reasons I'll explain shortly.

The cloud is also not about having dedicated network attached storage (NAS) hardware or server in residence. Storing data on a home or office network does not count as utilizing the cloud. (However, some NAS will let you remotely access things over the Internet, and there's at least one NAS named My Cloud, just to keep things confusing.) [1; 3].

For it to be considered cloud computing, you need to access your data or your programs over the Internet, or at the very least, have that data synchronized with other information over the Web. In a big business, you may know all there is to know about what's on the other side of the connection; as an individual user, you may never have any idea what kind of massive data-processing is happening on the other end. The end result is the same: with an online connection, cloud computing can be done anywhere, anytime [4].

Types of cloud computing

Public Clouds

A public cloud is basically the internet. Service providers use the internet to make resources, such as applications (also known as Software-as-a-service) and storage, available to the general public, or on a public cloud. Examples of public clouds include Amazon Elastic Compute Cloud (EC2), IBM's Blue Cloud, Sun Cloud, Google AppEngine and Windows Azure Services Platform [4].

Private Clouds

Private clouds are data center architectures owned by a single company that provides flexibility, scalability, provisioning, automation and monitoring. The goal of a private cloud is not sell as a service. Offerings to external customers but instead to gain the benefits of cloud architecture without giving up the control of maintaining your own data center [3].

Hybrid Clouds

By using a Hybrid approach, companies can maintain control of an internally managed private cloud while relying on the public cloud as needed. For instance during peak periods individual applications, or portions of applications can be migrated to the Public Cloud. This will also be beneficial during predictable outages: hurricane warnings, scheduled maintenance windows, rolling brown/blackouts [5].

The introduction of cloud technologies in education

Are there really any true advantages for storing information off-site on a server that could be located anywhere? The answer is yes. Recently, there was a conversation about cloud computing in the education field between teachers and professors of different schools and universities and was revealed significant advantages of «cloud» in education.

1. No more carrying around devices, such as thumb drives or CDs. You don't need to worry about losing the device, breaking the CD, or not having your information load properly.

2. Easy access. Lesson plans, labs, grades, notes, PowerPoint slides – just about anything digital that you use in education is easily uploaded and accessed anytime.

3. Stability: cloud computing is now to the point of being a very stable technology that you can rely on.

4. Security: Your data, content, information, images – anything you store in the cloud usually requires authentication (ID and password, for example) – so it is not easily accessible by anyone. In addition, should something happen to the technology at school, your content will still be available to you if it is stored elsewhere.

5. Shareability: You can share some or all of your files that you have stored in the cloud. No more obtaining an extra thumb drive or burning another CD or DVD. You just need to send a link to the file(s) destination [5].

«Cloud» in business

Perhaps what is most interesting is that we're seeing business ambitions start to outstrip the technology and services on offer – cloud is still in its nascent phase but we're already visualizing increasingly ambitious ways to apply the services delivered by cloud computing technology. Practices such as remote working, accessing work data from any device and allowing access to real-time data streams are only possible with cloud computing technology. And now, with mobile web usage set to outstrip desktop use by 2014 it's clear that cloud adoption is more vital for businesses than ever before [5].

Conclusion

As we have seen, cloud computing received recognition in the sphere of education and in business. Moreover, this technology is only beginning its existence and is growing rapidly. If we look to the future, we can understand that «cloud» will be recognized not only in education and business, but in almost all spheres of human activity.

Supervisor – teacher Polezhaeva O. V.

Literature: 1. Griffith E. What Is Cloud Computing? URL: https://www.pcmag.com/article/256563/what-is-cloud-computing. **2.** Neto M. A brief history of cloud computing. URL: http://www.thoughtsoncloud.com/2014/03/a-brief-history-of-cloud-computing. **3.** Cloud computing: the path to transforming the workplace. URL: https://www.theguardian.com/media-network/media-network-blog/2013/jul/24/cloud-computing-transforming-workplace. **4.** Staines G. The Benefits of Cloud Computing in Education are Huge! URL: http://blogs.aspect.com/2013/06/27/the-benefits-of-cloud-computing-in-education-are-huge. **5.** Tsagklis I. Advantages and Disadvantages of Cloud Computing – Cloud computing pros and cons. URL: https://www.javacodegeeks.com/2013/04/advantages-and-disadvantages-of-cloud-computing-cloud-computing-pros-and-cons.html.

ІНФОРМАЦІЙНА БАЗА ТА ДЖЕРЕЛА АНАЛІЗУ ФІНАНСОВОГО СТАНУ ПІДПРИЄМСТВ

УДК 005.52:657.37(477)

Задорожко Г. Р.

Студент 3 курсу
факультету консалтингу і міжнародного бізнесу ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Проаналізовано сутність поняття «фінансовий аналіз». Обґрунтовано, що бухгалтерська звітність є основною інформаційною базою для дослідження фінансового стану підприємства. Доведено значущість бухгалтерського балансу для аналізу фінансового стану підприємства. Висвітлено проблеми у системі фінансової звітності в Україні.*

Ключові слова: *підприємство, організація, виробництво, фінанси, фінансово-господарська діяльність, фінансовий стан, фінансовий аналіз, бухгалтерська звітність, баланс, інформаційна база.*

Аннотация. *Проанализирована сущность понятия «финансовый анализ». Обосновано, что бухгалтерская отчетность является основной информационной базой для исследования финансового состояния предприятия. Доказана значимость бухгалтерского баланса для анализа финансового состояния предприятия. Освещены проблемы в системе финансовой отчетности в Украине.*

Ключевые слова: *предприятие, организация, производство, финансы, финансово-хозяйственная деятельность, финансовое состояние, финансовый анализ, бухгалтерская отчетность, баланс, информационная база.*

Annotation. *The essence of the concept of «financial analysis» is analyzed. It is substantiated that the financial statements are the main information base for the study of the financial condition of the company. Proved the importance of the balance sheet for analyzing the financial condition of the company. The problems in the financial reporting system in Ukraine are highlighted.*

Keywords: *enterprise, organization, production, finance, financial and economic activity, financial condition, financial analysis, financial statements, balance sheet, information base.*

© Задорожко Г. Р., 2018

Сучасна економічна ситуація в Україні є складною, у зв'зку із чим більшість вітчизняних підприємств перебувають на межі виживання, існують чимало факторів, що перешкоджають їх розвитку. Серед них найвагомішими є нестабільна політична ситуація та податковий тиск на підприємства. Але ситуацію можна поліпшити шляхом прийняття доцільних та обгрунтованих управлінських рішень, що, у свою чергу, базуються на даних аналізу фінансового стану підприємства, який неможливо провести за відсутності адекватної інформаційно-методичної бази. Усіма цими аспектами зумовлено актуальність цієї теми дослідження.

Чимало вітчизняних науковців присвячували свої праці особливостям аналізу фінансового стану підприємств, серед них Отенко І. П., Азаренков Г. Ф., Бондар М. І., Іващенко Г. А., Івченко Л. В., Федорченко О. Є. та ін.

Метою написання статті є обгрунтування важливості для підприємства інформаційного забезпечення аналізу його фінансового стану.

Фінансовий аналіз є сукупністю методичних прийомів дослідження фінансових відносин суб'єктів господарювання, обумовлених об'єктивними та суб'єктивними факторами, які знаходять відображення у фінансовому обліку та звітності. Пріоритетним напрямом фінансового аналізу є дослідження формування, розподілу й використання фінансових ресурсів як основного виду ресурсів підприємств [3].

Аналіз фінансового стану підприємства, тобто фінансової стійкості, ліквідності, ефективності інвестиційної діяльності, платоспроможності, фінансових результатів, ефективності використання основних і оборотних засобів, власного та позикового капіталу, проводиться на підставі фінансової звітності, складовими якої є баланс (звіт про фінансовий стан підприємства), звіти про фінансові результати, рух грошових коштів, власний капітал, примітки до фінансової звітності, інформація за сегментами. Фінансову звітність складають для надання обґрунтованої правдивої та повної інформації користувачам про рух грошових коштів на підприємстві, його фінансовий стан і результати діяльності [2; 4].

Основною інформаційною базою для дослідження фінансового стану підприємств є бухгалтерська звітність, оскільки її регулярно складає кожне підприємство за законодавчо затвердженими правилами. Бухгалтерській звітності притаманні певні властивості. Так, усі дані підтверджуються первинною документацією для кожної господарської операції. Незалежні експерти можуть перевіряти достовірність даних звітності підприємств. Звітність належить до документів довготривалого зберігання. Головною вимогою для складеної фінансової звітності є її інформативність, тобто щоб на підставі її користувач міг приймати обґрунтовані рішення. Доречність, нейтральність, правдивість, порівнянність, зрозумілість є основними критеріями, яким має відповідати інформація, наведена у фінансовій звітності [3].

Головним носієм фінансової інформації для оцінки фінансово-економічного стану підприємства є бухгалтерський баланс, оскільки він існує у формі чіткої системи взаємопов'язаних і взаємозалежних показників. Наприклад, дані про ресурси підприємства відображають можливості створення фінансових потоків у майбутньому, інформація про зобов'язання характеризує наявність заборгованостей і здатність підприємства виконувати свої зобов'язання перед кредиторами. Якщо співставити розділи «власний капітал» і «поточні та довгострокові зобов'язання», можна оцінити фінансову стійкість підприємства, тобто стабільність фінансового положення, що забезпечується достатньою часткою власного капіталу у складі джерел фінансування [5].

Важливою складовою фінансової звітності, що містить інформацію про результати діяльності та рух грошових коштів за звітний період підприємства, є примітки до фінансової звітності, які відображають деталізацію статей фінансової звітності та надають повну обґрунтовану картину у формі письмового пояснення про фінансовий стан і результати діяльності підприємства.

Зовнішній аналіз найчастіше ґрунтується на публічній фінансовій звітності та відкритій інформації, наведеній у примітках до неї. Однак, існують випадки, коли не всю бажану інформацію можна отримати зі стандартних форм фінансової звітності підприємства.

Дуже часто доводиться залучати додаткові джерела інформації для аналізу та прогнозування перспектив розвитку підприємства. Так, важливе місце в інформаційній базі аналізу посідає аудит, який передусім засвідчує достовірність даних фінансової звітності. Аудиторський висновок найповніше розкриває інформацію про поточний та очікуваний фінансовий стан підприємства. Він дає змогу побачити помилки, невідповідності законодавству, оцінити їх вплив на фінансову звітність у цілому, що є важливим, оскільки некоректна фінансова звітність тягне за собою недостовірні дані аналізу фінансового стану підприємства [5].

Нині в Україні відбувається реформування системи обліку й удосконалення фінансової звітності. Поступово вдосконалюється зміст показників, перелік статей досягнення оптимального поєднання якості звітної інформації та порядку її подання у формі, корисній для користувачів. Але, незважаючи на реформування та позитивні зрушення, певні проблеми залишаються. Так, сучасний Звіт про фінансовий стан ще не повністю відповідає золотому правилу ліквідності, згідно із яким активи підприємства мають фінансуватися пасивами такої самої строковості. Це є пов'язаним із тим, що в балансі все ще існує не зовсім чітке розмежування поточних і довгострокових зобов'язань і активів.

Таким чином, основною інформаційною базою для дослідження фінансового стану підприємств є бухгалтерська звітність, зокрема баланс, що існує у формі чіткої системи взаємопов'язаних і взаємозалежних показників. Задля якісного аналізу фінансового стану підприємства інформація має бути передусім достовірною, повною й обґрунтованою. Однак, на сьогодні в Україні ще існують проблеми у сфері фінансової звітності, які чинна влада намагається поступово вирішувати.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Сапрун Г. Г.

Література: 1. Отенко І. П., Азаренков Г. Ф., Іващенко Г. А. Фінансовий аналіз : навч. посіб. Харків : ХНЕУ, 2015. 156 с. **2.** 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. **3.** Івченко Л. В., Федорченко О. Є. Аналіз фінансового стану підприємств: інформаційне та методичне забезпечення. *Фінанси, облік і аудит.* 2015. № 1. С. 197–210. **4.** Бондар М. І., Верига Ю. А., Орищенко М. М. Звітність підприємств : підручник. Київ : Центр навч. літ., 2015. 570 с. **5.** Кіндрат О. Інформаційна база та джерела аналізу і оцінки фінансово-економічного стану підприємства. *Ефективність державного управління.* 2012. № 30. С. 462–466.

АНАЛІЗ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

УДК 005.52.332.4

Капуснік К. С.

Студент 3 курсу факультету консалтингу і міжнародного бізнесу ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Досліджено методичні аспекти аналізу конкурентоспроможності підприємства. Систематизовано методи, застосовувані для визначення й оцінки рівня конкурентоспроможності підприємства. Визначено переваги та недоліки цих методів.*

Ключові слова: *підприємство, організація, виробництво, господарська діяльність, фінансовий стан, конкурентоспроможність, методи аналізу конкурентоспроможності підприємства.*

Аннотация. *Исследованы методические аспекты анализа конкурентоспособности предприятия. Систематизированы методы, применяемые для определения и оценки уровня конкурентоспособности предприятия. Определены преимущества и недостатки этих методов.*

Ключевые слова: *предприятие, организация, производство, хозяйственная деятельность, финансовое состояние, конкурентоспособность, методы анализа конкурентоспособности предприятия.*

Annotation. *The methodical aspects of the analysis of competitiveness of the enterprise are investigated. The methods used to determine and assess the level of competitiveness of an enterprise are systematized. The advantages and disadvantages of these methods are determined.*

Keywords: *enterprise, organization, production, economic activity, financial condition, competitiveness, methods of analyzing the competitiveness of an enterprise.*

Зростанням конкуренції на внутрішніх і зовнішніх ринках, прискоренням науково-технічного розвитку в усіх сферах суспільного життя зумовлено необхідність для суб'єктів господарювання швидкої адаптації до змінюваних умов, прийняття ефективних рішень у сфері управління виробництвом. За умов нестабільності конкурентоспроможність підприємства є одним з основних факторів забезпечення його виживання і подальшого ефективного роз-

© Капуснік К. С., 2018

витку. Усе це посилює актуальність дослідження аналізу конкурентоспроможності підприємств для економічної науки та практики.

Дослідженням методичних аспектів аналізу конкурентоспроможності підприємств займалися і займаються Портер М., Котлер Ф., Фатхутдінов Р., Азоєв Г., Базилюк Я., Жаліло Я., Гаврилюк С., Забелін П., Чепурна О., Яцура В. та ін.

Метою написання статті є вивчення й систематизація основних методів аналізу конкурентоспроможності підприємств, а також визначення переваг і недоліків застосування кожного з них.

За сучасних умов для аналізу конкурентоспроможності підприємства використовують цілу низку методів, що пояснюється неоднозначністю наявних методичних підходів у дослідженні конкурентоспроможності підприємства. Узагальнюючи наявні наукові дослідження з цього питання, усю сукупність методів аналізу конкурентоспроможності підприємства можна класифікувати за такими ознаками: за об'єктом оцінки (продукції, персоналу, потенціалу); за способом здійснення оцінки (індикаторні, матричні, графічні, математичні); за напрямом формування інформаційної бази (критеріальні, експертні); за видами використовуваних показників (диференційовані, комплексні); за періодом розрахунку (фактичні, прогностичні); за можливістю розробки управлінських рішень (поточні, стратегічні). Основні методи аналізу конкурентоспроможності підприємства подано в табл. 1 [4; 5].

Таблиця 1

Система методів аналізу конкурентоспроможності підприємства

Назва групи	Назва методу
Матричні Полягають у визначенні кількісного значення інтегрального рейтингового показника розвитку окремого підприємства або у графічному визначенні його позиції за певними параметрами; дають змогу здійснити аналіз окремих аспектів діяльності підприємства, середовища функціонування, ринкової позиції, визначити основні напрями подальшого розвитку	1. Матриця Бостонської консалтингової групи (БКГ). 2. Матриця Ансоффа І. 3. Матриця Мак-Кінсі. 4. Матриця конкурентних стратегій Портера М. 5. Матриця Томпсона–Стрікленда. 6. SWOT-аналіз. 7. SPACE-аналіз. 8. STEP-аналіз
Графічні Забезпечують наочність сприйняття кінцевих результатів оцінки, інтерпретованих у графічних об'єктах (рисунках, графіках, діаграмах тощо), щодо подання відповідних розрахунків і логічних висновків	1. Графіки порівнянь. 2. Аналітичні графіки. 3. Ілюстративні графіки. 4. Діаграми. 5. Картограми. 6. Картодіаграми. 7. Моделі розвитку, що є заснованими на теорії життєвого циклу
Індексні Базуються на комплексній характеристиці відносної зміни елементів розвитку підприємства у часі, просторі або порівняно з еталоном, які внаслідок наявності функціональної залежності між ними представлені системою взаємопов'язаних показників за принципом подання інтегрального результату через його складові	1. Метод, що ґрунтується на визначенні конкурентоспроможності продукції. 2. Метод, що ґрунтується на теорії ефективної конкуренції. 3. Метод, що ґрунтується на визначенні сили реактивної позиції. 4. Метод, що ґрунтується на теорії рівноваги фірми та галузі. 5. Метод інтегральної оцінки. 6. Метод бенчмаркінгу
Аналітичні Базуються на здійсненні розрахунково-аналітичних операцій із вхідними даними. При цьому залежно від конкретної методики аналізу застосування цих методів може передбачати як прості арифметичні операції, так і досить складні розрахунки	1. Метод різниць. 2. Метод рангів. 3. Метод балів. 4. Методи експертної оцінки. 5. Системи диференційних рівнянь

Застосовувані для визначення й оцінки рівня конкурентоспроможності підприємства методи можуть бути об'єднані в групи.

1. Методи, що ґрунтуються на аналізі порівняльних переваг, базуються на положеннях теорії міжнародного поділу праці, згідно із якими передумовою досягнення підприємством стійких конкурентних позицій є відносно нижчі витрати виробництва, ніж у конкурента. Для оцінки конкурентоспроможності підприємства за цим методом аналізують не лише витрати виробництва, але й обсяг і норму прибутку, обсяг продажів і частку ринку. Однак, конкурентні позиції визначаються не стільки кількістю, скільки якістю виробничо-господарської діяльності і рівнем конкурентоспроможності продукції.

2. Методи, що ґрунтуються на теорії рівноваги підприємства й галузі, згідно із якими критерієм конкурентоспроможності підприємства є наявність у виробників факторів виробництва, які можуть бути використані

ефективніше, ніж у конкурентів, а під рівновагою розуміють такий стан, коли у виробника відсутні стимули для переходу в інший стан. Для визначення конкурентоспроможності за теорією рівноваги використовують відносні показники вартості основних та оборотних засобів, величини заробітної плати, процентних ставок тощо.

3. Методи, що ґрунтуються на теорії ефективної конкуренції. Основним інструментом оцінки конкурентоспроможності підприємства є співставлення показників стану підприємства з показниками підприємств-конкурентів, згідно із яким найбільш конкурентоспроможними вважають підприємства, на яких найкраще організовано роботу всіх підрозділів і служб, оцінка ефективності яких передбачає оцінку ефективності використання ресурсів і дає змогу визначити сильні та слабкі сторони одного підприємства порівняно з іншим та шляхи усунення відставання.

4. Методи, що ґрунтуються на теорії якості продукції підприємства, згідно із якими конкурентоспроможність підприємства є тим вищою, чим вищою є конкурентоспроможність його продукції. Продукція порівнюється з параметрами товару-еталона. Для визначення конкурентоспроможності продукції використовують різні маркетингові та кваліметричні методи, у основі більшості з яких – знаходження співвідношення «ціна–якість». Розрахунок показника конкурентоспроможності за кожним видом продукції ведеться із використанням економічного та параметричного індексів конкурентоспроможності.

5. Методи, що ґрунтуються на теорії мультиплікатора і характеризують ланцюжок послідовних залежностей ефектів і стимулів, що їх спричинили; тут оцінюються конкурентні переваги підприємства одного кластера перед іншим щодо якості продукції чи надання послуг.

6. Методи визначення конкурентної позиції з точки зору стратегічного потенціалу підприємств, за допомогою яких аналізується внутрішнє середовище підприємств задля виявлення переваг і потенціалу для їх розробки; з'являється можливість проаналізувати окремі елементи потенціалу.

7. Методи, що ґрунтуються на експертних оцінках, є широко використовуваними для аналізу можливостей конкурентів, оскільки, на відміну від аналізу власного підприємства, за багатьма позиціями інформаційної бази отримати потрібну інформацію законним шляхом неможливо. Ця група методів не може забезпечити високу точність аналізу, але з великою вірогідністю дасть змогу оцінити стан підприємства одиничного виробництва або невеликого бізнесу.

8. Матричні методи оцінки конкурентоспроможності, що ґрунтуються на розгляді процесів конкуренції в динаміці. Теоретичною базою цих методів є концепція життєвого циклу товару і технології. Матричні методи оцінки конкурентоспроможності різних товарів розроблені маркетинговою організацією «Бостонська консалтингова група» і в подальшому застосовувалися не тільки для аналізу характеристик товарів, але і під час вивчення конкурентоспроможності стратегічних одиниць бізнесу: товарів, збутової діяльності, окремих компаній, галузей тощо.

9. Комплексні методи оцінки конкурентоспроможності підприємства, спрямовані на розробку зведеного показника рівня конкурентоспроможності, що реалізується на підставі визначення наявних ресурсів підприємства, оцінки ефективності їх використання та визначення рівня його конкурентоспроможності щодо підприємств, які функціонують в одній галузі та належать одній продуктовій групі. Цей метод передбачає розрахунок узагальненого показника конкурентоспроможності підприємства, що характеризує ступінь задоволення потреб споживача та рівень ефективності виробництва [1–5].

Кожний із цих методів аналізу конкурентоспроможності не є вичерпним, має свої переваги та недоліки (табл. 2) [3; 5].

Таблиця 2

Переваги та недоліки основних методів аналізу конкурентоспроможності підприємства

Назва	Переваги	Недоліки
1	2	3
Методи, що ґрунтуються на аналізі порівняльних переваг	Простота оцінки	– не дають змогу адекватно оцінити конкурентні позиції підприємства; – статичність отриманих оцінок; – не характеризують можливості адаптації до зміни зовнішнього середовища
Методи, що ґрунтуються на теорії рівноваги підприємства та галузі	Якісне оцінювання на рівні галузей різних країн	– не враховують вплив внутрішніх факторів; – обмежені умовами ринку досконалої конкуренції; – складність узагальнення результатів оцінки
Методи, що ґрунтуються на теорії ефективної конкуренції	– суттєвий аналіз господарської діяльності; – оцінка стану підприємства на галузевому рівні	– значні обсяги розрахунків; – складність узагальнення результатів оцінки; – неможливість оцінки динаміки факторів, які впливають на рівень конкурентоспроможності

Закінчення табл. 2

1	2	3
Методи, що ґрунтуються на теорії якості продукції	Урахування конкурентоспроможності продукції	– не враховують рівень виробничо-збутової діяльності підприємства; – є доцільними для виробників одного виду продукції
Методи, що ґрунтуються на теорії мультиплікатора	Урахування якісних показників діяльності підприємства	Результати оцінки є об'єктивними лише для нетривалого проміжку часу
Метод визначення позиції в конкуренції з точки зору стратегічного потенціалу підприємств	Можливість проаналізувати окремі елементи потенціалу	– складність оцінки; – аналіз лише факторів внутрішнього середовища
Методи, що ґрунтуються на експертних оцінках	Адекватність результатів оцінки за умов обмеженості даних	Є доцільними для виробників одного виду продукції
Матричні	– дають змогу дослідити розвиток конкуренції у динаміці; – наочність	Описові, не враховують фінансові показники діяльності підприємства; – використання для аналізу підприємств із низьким рівнем конкурентоспроможності є обмеженим
Комплексні	– простота; – наочність; – однозначність оцінки	– не надає можливостей для глибокого аналізу та виявлення резервів підвищення рівня конкурентоспроможності; – не є придатним для оцінки підприємств зі значною номенклатурою товарів

Таким чином, різноманітність методів ставить суб'єкт господарювання перед необхідністю вибору оптимального методу аналізу конкурентоспроможності, який би не тільки об'єктивно показав реальний стан речей, але і дав змогу спланувати подальшу діяльність, обрати найвпливовіші фактори конкурентоспроможності, сформувати правильну стратегію конкурентоспроможності, позбавлену суб'єктивізму. У зв'язку із зазначеними перевагами і недоліками методів аналізу конкурентоспроможності підприємства слід підходити до цього питання комплексно: застосовувати систему методів для повнішого аналізу конкурентоспроможності підприємства із урахуванням особливостей його господарської діяльності.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Сапрун Г. Г.

Література: 1. Ілляшенко С. Інноваційний менеджмент : підручник. Суми : Університетська книга, 2015. 334 с. **2.** Сладкевич В. Стратегічний менеджмент організацій : підручник. Київ : Персонал, 2008. 496 с. **3.** Бачевський Б. Є., Заблодська І. В., Решетняк О. О. Потенціал і розвиток підприємства : навч. посіб. Київ : Центр навч. літ., 2009. 400 с. **4.** Гриньов А. Інноваційний розвиток промислових підприємств: концепція, методологія, стратегічне управління : монографія. Харків : ІНЖЕК, 2003. 308 с. **5.** Янковий О. Г. Конкурентоспроможність підприємства: оцінка рівня та напрями підвищення : монографія. Одеса : Атлант, 470 с.

ОСОБЛИВОСТІ ПРАВОПОРУШЕНЬ У СФЕРІ ОПОДАТКУВАННЯ ТРАНСПОРТНИХ ЗАСОБІВ

УДК 336.225.682

Карасьова В. В.

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

Анотація. *Проаналізовано особливості правопорушень у сфері акцизного оподаткування транспортних засобів. Конкретизовано їх сутність і причини. Окреслено основні способи боротьби з цими правопорушеннями, дієвість яких позитивно впливатиме на регулювання соціально-економічних процесів у країні та сприятиме контролю обігу транспортних засобів.*

Ключові слова: *транспорт, транспортні засоби, податки, оподаткування, акциз, акцизне оподаткування транспортних засобів, правопорушення, контроль обігу транспортних засобів.*

Аннотация. *Проанализированы особенности правонарушений в сфере акцизного налогообложения транспортных средств. Конкретизированы их сущность и причины. Определены основные способы борьбы с этими правонарушениями, действенность которых положительно повлияет на регулирование социально-экономических процессов в стране и будет способствовать контролю обращения транспортных средств.*

Ключевые слова: *транспорт, транспортные средства, налоги, налогообложение, акциз, акцизное налогообложение транспортных средств, правонарушения, контроль обращения транспортных средств.*

Annotation. *The features of offenses in the field of excise taxation of vehicles are analyzed. Concretized their essence and causes. The main ways to combat these offenses, the effectiveness of which will positively affect the regulation of socio-economic processes in the country and will help control the circulation of vehicles.*

Keywords: *transport, vehicles, taxes, taxation, excise, excise taxation of vehicles, offenses, control of the circulation of vehicles.*

В Україні застосовується чимало податків, серед них і акцизний, що є найбільш значущим, але водночас і ризиковим з огляду на його вплив на формування доходної частини бюджету країни. Акцизний податок як форма специфічних акцизів є важливим фіскальним інструментом держави. За його допомогою регулюються соціально-економічні процеси, контролюється обіг транспортних засобів, стимулюється інтерес виробників до входження у сферу бізнесу щодо транспортних засобів і паливо-мастильних матеріалів [3].

Фіскальне значення акцизу для бюджетів усіх рівнів є дуже вагомим. Нині акцизи посідають важливе місце у податкових системах країн, які розвиваються, країн із перехідною економікою та в податкових системах розвинених країн. Це дає підстави стверджувати, що дослідження в цьому напрямі є актуальними та затребуваними суспільством. Основним інформаційним джерелом стали наукові праці Луцика А. І., Коротуна В. І., Раєвнєвої О. В., Хлєбнікової І. І., Покатаєвої О. В., Бобкової О. Ю. та ін.

На сьогодні акцизам з транспортних засобів як складовій загальної податкової політики в контексті євроінтеграції приділяється велика увага. Їх використовують для збільшення доходної частини бюджету, обмеження негативного впливу окремих видів транспорту на природу і людину, а також стимулювання попиту на окремі види транспорту. За допомогою акцизного транспортного податку держава може регулювати, коригувати діяльність підприємств, які займаються виробництвом, зберіганням, а також реалізацією транспортних засобів [1; 2].

Наприкінці травня 2016 р. Верховна Рада ухвалила Закон, згідно із яким істотно зменшено ставки акцизного податку на зарубіжні вживані авто, крім російських, залежно від типу двигуна. Однак, у Законі є обмеження, які не дозволяють купувати більш ніж одне авто до кінця дії Закону – до 31 січня 2018 р., та продавати чи передавати машину іншим особам упродовж року після купівлі [2].

А втім, навіть після змін у законодавстві фіксується дуже багато правопорушень при сплаті акцизного податку на транспортні засоби. Головним із них є використання сфальсифікованих документів для заниження обсягу циліндрів двигуна. Недоплата акцизу є значною, навіть за невеликогоу заниження. У подальшій експлуатації автомобіля таке заниження неможливо довести, тому що в реєстраційних документах транспортного засобу не вказують номер двигуна.

Поширеною також схемою ухилення від сплати податку є ввезення транспортного засобу нерезидентом. Надалі може бути кілька варіантів. Перший – увезення під виглядом переїзду на постійне місце проживання в Укра-

© Карасьова В. В., 2018

їну. Митним кодексом установлено обмеження на акцизний податок на транспортні засоби при переселенні громадян на постійне місце проживання в Україну [4]. Другий варіант – увезення авто резидентом – співвласником фірми-нерезидента. Громадянин України, який є співвласником іноземної фірми або в ній працює, може використовувати автомобіль, що купила фірма, до року при оформленні шляхового листа без сплати акцизного податку. Також існує варіант увезення нерезидентом авто без зобов'язання щодо зворотного вивезення та подальшого продажу громадянину України.

З огляду на досвід зарубіжних країн наша держава може протидіяти цим правопорушенням шляхом:

– постійного оперативного втручання у митну політику для виявлення зловживань при митному оформленні автомобіля через звірку ідентичності показників обсягу двигуна в реєстраційних або супроводжувальних документах країни попереднього перебування автомобіля та документах, виданих митницею;

– проведення експертиз щодо виявлення автомобілів, у яких наявна розбіжність реального та задокументованого показників обсягу двигуна або завищення року виробництва автомобіля;

– уведення нового бланка звітності і паспорту автомобіля, паспорта шасі. Ці документи є обов'язковими у багатьох європейських країнах, за ними можна простежити всі зміни, що проводяться в автомобілі, усіх власників, суми сплачених податків при розмитненні та сплаті транспортного збору;

– посилення контролю реєстрації зарубіжних представництв в Україні;

– надсилання запитів до зарубіжних держав задля перевірки достовірності поданих при митному оформленні автомобіля документів [5].

Таким чином, вітчизняне законодавство регулює лише ставки акцизного податку, а також процедуру його стягнення, але у законодавчій базі не приділено уваги чисельним правопорушенням у процесі оформлення транспортних засобів. Це зумовлено передусім тим, що в Україні зміни у податковому законодавстві не носять системного характеру і, як правило, відбуваються з метою фіскального наповнення бюджету країни. Незважаючи на значну увагу, яку приділяють акцизному оподаткуванню транспортних засобів, сучасна фіскальна ефективність цього податку є досить низькою, тому потребує реформування. Зміни у законодавстві задля зниження кількості правопорушень у ході стягнення акцизного податку допоможуть державі побудувати стабільну податкову систему.

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

Література: 1. Хлєбнікова І. І. Фіскально-адміністративні та регулюючі механізми акцизного оподаткування. *Формування ринкових відносин в Україні.* 2012. № 2. С. 3–8. **2.** Про внесення зміни до підрозділу 5 розділу XX «Перехідні положення» Податкового кодексу України щодо стимулювання розвитку ринку вживаних транспортних засобів» : Закон України від 31.05.2016 1389-VIII // База даних «Законодавство України» / Верховна Рада України. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1389-19. **3.** Покатаєва О. В. Проблемні питання стягнення акцизного податку за Податковим кодексом України. *Форум права.* 2011. № 2. С. 745–749. **4.** Митний кодекс України : Закон України від 13.03.2012 № 4495-VI // База даних «Законодавство України» / Верховна Рада України. URL: http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/4495-17. **5.** Раєвнєва О. В., Бобкова О. Ю. Методика прогнозування акцизних надходжень на підставі диференційованого підходу. *Бізнес Інформ.* 2012. № 9. С. 241–243.

АНАЛІЗ ЗОВНІШНЬОГО ТА ВНУТРІШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА ЯК СКЛАДОВА АНТИКРИЗОВОЇ СТРАТЕГІЇ ТОРГОВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА

УДК 65.012.23

Кашуба Т. С.

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

Анотація. *Досліджено сутність і особливості застосування SWOT-аналізу та PEST-аналізу як інструментів антикризового управління торговельними підприємствами. Деталізовано особливості побудови матриці SWOT-аналізу та PEST-аналізу на прикладі торговельної галузі. Стисло охарактеризовано стан сучасної вітчизняної торговельної галузі.*

Ключові слова: *підприємство, організація, торговельна галузь, торговельне підприємство, антикризове управління, антикризова стратегія, SWOT-аналіз, PEST-аналіз, сильні сторони підприємства, слабкі сторони підприємства, можливості, загрози.*

Аннотация. *Исследована сущность и особенности применения SWOT-анализа и PEST-анализа как инструментов антикризисного управления торговыми предприятиями. Детализированы особенности построения матрицы SWOT-анализа и PEST-анализа на примере торговой отрасли. Кратко охарактеризовано состояние современной отечественной торговой отрасли.*

Ключевые слова: *предприятие, организация, торговая отрасль, торговое предприятие, антикризисное управление, антикризисная стратегия, SWOT-анализ, PEST-анализ, сильные стороны предприятия, слабые стороны предприятия, возможности, угрозы.*

Annotation. *The essence and features of the application of SWOT-analysis and PEST-analysis as tools for crisis management of trade enterprises are investigated. The details of the construction of the matrix of SWOT-analysis and PEST-analysis on the example of the trade industry are detailed. The state of modern domestic trade industry is briefly described.*

Keywords: *enterprise, organization, trade industry, trade enterprise, crisis management, crisis management strategy, SWOT analysis, PEST analysis, strengths of an enterprise, weaknesses of an enterprise, opportunities, threats.*

Погіршення фінансового стану торговельних підприємств через руйнівний вплив, зумовлений непередбачуваними негативними тенденціями у світовій економіці, є наслідком спаду виробництва, погіршення фінансових результатів і втратою платоспроможності підприємств. Вихід із кризової ситуації вбачається можливим за рахунок формування антикризової стратегії підприємств.

Забезпечення реалізації визначеного курсу на стійке економічне зростання України робить надзвичайно актуальними питання організації протидії кризовим явищам і відновлення нормального перебігу господарювання суб'єктів підприємницької діяльності. З огляду на це в роботах багатьох науковців простежується постійний акцент на дослідження проблем антикризового управління підприємствами, що має місце у наукових працях вітчизняних і зарубіжних вчених, серед них Бланк І. А., Берест М. М., Журавльова І. В., Порожняк О. А., Гаврильченко О. В., Ачкасова С. А., Коюда В. О., Василик С. К., Череп А. В., Шилова О. Ю. та ін.

Аналіз наукових видань з цієї проблематики засвідчує, що автори по-різному дивляться на проблему кризи й кризову ситуацію в цілому, їхні точки зору різняться. Так, одні розглядають антикризове управління з погляду існуючих проблем фінансового характеру на рівні підприємства, із виникненням негативної ланцюгової реакції в інших підприємств. Інші розглядають проблеми, що є пов'язаними не тільки з кризою якогось окремого підприємства, але й із несприятливими фінансовими умовами в економіці країни в цілому, отже, визнають системний характер кризи та необхідність застосування стратегічного аналізу й антикризового управління.

Метою написання статті є застосування SWOT-аналізу та PEST-аналізу для оцінки сильних і слабких сторін підприємств торговельної галузі, а також визначення конкурентоспроможного потенціалу торгівлі України й потенційних можливостей і загроз, що супроводжують діяльність вітчизняних торговельних підприємств.

За умов нестабільності та мінливості економіки кожна організація повинна своєчасно реагувати на зміни у зовнішньому середовищі та швидко пристосовуватися до них. Цьому сприяє заздалегідь проведений стратегіч-

© Кашуба Т. С., 2018

ний аналіз середовища існування підприємства. Тому актуальним є проведення стратегічного аналізу зовнішнього середовища із застосуванням різних методів PEST-аналізу та SWOT-аналізу для роздрібної торгівлі.

PEST-аналіз – це маркетинговий інструмент, призначений для виявлення політичних (P – political), економічних (E – economic), соціальних (S – social) і технологічних (T – technological) факторів зовнішнього середовища, що впливають на діяльність підприємства. Це простий і зручний метод аналізу макросередовища (зовнішнього середовища) підприємства [6].

Проведемо такий аналіз для підприємств торговельної галузі України (табл. 1) [2; 5].

Таблиця 1

PEST-аналіз факторів макросередовища

Політичні	**Вага**	**Бал**	**Оцінка**	**Економічні**	**Вага**	**Бал**	**Оцінка**
1. Надмірна політизація суспільства.	0,1	1	0,1	1. Загроза зростання темпів інфляції.	0,2	4	0,8
2. Необхідність дотримуватися норм СОТ у законодавчій і нормативній діяльності щодо імпорту-експорту.	0,2	3	0,3	2. Підвищення й установлення податкових ставок.	0,2	5	1
				3. Рівень безробіття.	0,1	4	0,4
3. Недосконала законодавча та податкова база.	0,3	4	1,2	4. Нестабільний курс гривні.	0,1	4	0,4
				5. Висока облікова ставка НБУ, високі ставки кредитування комерційних банків.	0,2	3	0,6
4. Понад 90 % підприємств торгівлі є приватними, що практично виключає державне регулювання.	0,3	4	1,2				
				6. Нестача оборотних коштів у підприємств.	0,1	3	0,3
5. Недовіра суспільства до влади та її органів	0,1	3	0,3				
				7. Слабке залучення інвестицій у торговельну галузь	0,1	4	0,4
Разом	1	15	3,1	Разом	1	27	3,9
Соціальні	**Вага**	**Бал**	**Оцінка**	**Технологічні**	**Вага**	**Бал**	**Оцінка**
1. Зниження рівня освіти.	0,1	1	0,1	1. Науково-технічний прогрес у сфері виробництва.	0,2	5	1
2. Вимоги щодо якості виготовленої продукції.	0,1	1	0,1				
				2. Відсутній фокус галузі на технологічний розвиток.	0,2	4	0,8
3. Низька престижність праці у торговельнй сфері.	0,1	3	0,3				
				3. Досить низька інноваційна активність підприємств.	0,2	3	0,6
4. Зменшення чисельності фахівців і робітників у найбільших промислових регіонах.	0,3	4	1,2				
				4. Державна технологічна політика.	0,2	2	0,4
5. Недооцінка ролі торгівлі як основи економічної та соціальної захищеності значної частини населення.	0,3	4	1,2	5. Продукція, що випускається на більшості підприємств, є морально застарілою, із низьким рівнем автоматизації та інтелектуалізації технології виробництва	0,2	4	0,8
6. Немає чітко вираженої орієнтації на якість як основу конкурентоспроможності.	0,1	3	0,3				
7. Зниження привабливості праці у сфері торгівлі.	0,1	1	0,1				
8. Значний розрив між рівнем заробітної плати і рівнем потреб працівника	0,1	1	0,1				
Разом	1	25	3,4	Разом	1	18	3,6

За результатами проведеного PEST-аналізу бачимо, що вітчизняна торговельна галузь переживає не найкращі часи, адже має чимало недоліків у кожному з проаналізованих факторів.

Серед політичних факторів найвагомішими є недосконалість законодавчої та податкової бази, а також те, що понад 90 % підприємств роздрібної торгівлі в Україні є приватними, що практично виключає державне регулювання. Зростання темпів інфляції, підвищення й установлення податкових ставок, а також висока облікова ставка Національного банку України та високі ставки кредитування комерційних банків є найвпливовішими економічними факторами, що сповільнюють розвиток галузі роздрібної торгівлі України.

Серед соціальних факторів слід виділити зменшення чисельності фахівців і робітників у найбільших промислових регіонах і недооцінку ролі торгівлі як основи економічної та соціальної захищеності значної частини населення як найвагоміші у межах цієї групи.

Основною технологічною проблемою, що негативно впливає на розвиток роздрібної торгівлі, є випуск застарілої продукції, із низьким рівнем автоматизації через відсутність науково-технічного прогресу та державну технологічну політику. За цими даними можемо встановити, що серед усіх груп є фактори негативного впливу, при цьому найбільший вплив на функціонування галузі мають економічні фактори. Отже, саме їх слід ураховувати в першу чергу у процесі формування антикризової стратегії підприємства торгівлі [4].

SWOT-аналіз, як і інші інструменти антикризового фінансового управління, має певні переваги та недоліки. Так, перевагами SWOT-аналізу є можливість періодичного проведення діагностики ресурсів підприємства та ринку і визначення переваг підприємства порівняно із конкурентами. Недоліками SWOT-аналізу є суб'єктивність вибору факторів внутрішнього та зовнішнього середовища, які впливають на діяльність підприємства; слабка адаптація до стрімко змінюваного середовища. Проведемо діагностику факторів внутрішнього та зовнішнього середовища фінансово-господарської діяльності ТОВ «Будмен Інтер» із застосуванням SWOT-аналізу (табл. 2) [5; 6].

Таблиця 2

Матриця SWOT-аналізу підприємств галузі роздрібної торгівлі

S (strength) Сильні сторони	**W (weaknesses) Слабкі сторони**
1. Впізнаваність організації. 2. Кваліфікований персонал. 3. Великий досвід функціонування на ринку. 4. Значний спектр пропонованих товарів. 5. Великі обсяги виробництва. 6. Продукція переважно є конкурентоспроможною порівняно із продукцією розвинених країн	1. Нестача оборотних коштів. 2. Відсутність достатньої автоматизації праці. 3. Потреба у знаннях суміжних професій. 4. Застарілість технологічного обладнання
O(opportunities) Можливості	**T (threats) Загрози**
1. Перехід до ефективніших стратегій. 2. Підвищення ефективності господарської діяльності за рахунок залучених позикових коштів. 3. Залучення позикового капіталу. 4. Налагодження ділових відносин із зарубіжними підприємствами	1. Нестабільність в економіці. 2. Відсутність або недостатність державних заходів для розвитку сфери торгівлі. 3. Зниження рівня доходів населення. 4. Відсутність можливостей для погашення заборгованостей за всіма зобов'язаннями. 5. Низька рентабельність продажу робіт і послуг. 6. Висока собівартість послуг підприємств

Незважаючи на недоліки, цей інструмент є досить широко застосовуваним у межах антикризового фінансового управління й за умови якісного проведення дає змогу встановити максимальну кількість проблем, які існують у підприємства [5].

За результатами SWOT-аналізу виявлено, що ТОВ «Будмен Інтер», як і більшість підприємств роздрібної торгівлі, перебуває у скрутному становищі. Однак, з урахуванням усіх можливостей і сильних сторін досліджуваної галузі існують шляхи подолання загроз і поліпшення стану підприємства.

Таким чином, спираючись на проведений аналіз торговельної галузі, можна зазначити, що з огляду на сильні сторони та можливості галузь може зменшити негативний вплив загроз і зміцнити свої позиції, тим самим вивести торгівлю на більш конкурентоспроможний рівень. Причинами кризового стану підприємств практично всіх галузей і секторів економіки України є не лише вплив зовнішніх факторів, а і стан управління фінансово-господарською діяльністю суб'єктів господарювання, що вимагає постійного діагностування й упровадження до менеджменту спеціальних антикризових заходів як запоруки успішного функціонування підприємств. Ідентифікація стадії фінансового розвитку є підгрунтям для використання ефективних методів і форм здійснення антикризового фінансового управління підприємством. Антикризова фінансова стратегія підприємства є його функціональною стратегією. Тому фінансові цілі мають бути узгоджені з іншими функціональними цілями підприємства, що дозволить подолати прояви кризи та надати підприємству вектора стійкого висхідного розвитку в майбутньому.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Берест М. М.

Література: 1. Бланк И. А. Финансовая стратегия предприятия : учебный курс. Киев : Эльга ; Ника-Центр, 2006. 520 с. **2.** 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. **3.** Гаврильченко О. В. Теоретичні та практичні аспекти підготовки плану досудової і судової санації підприємства-боржника. *Бизнес Информ.* 2015. № 1. С. 186–190. **4.** Герасимчук В. Г. Стратегічне управління підприємством. Графічне моделювання : навч. посіб. Київ : КНЕУ, 2000. 360 с. **5.** Пивоваров М. Г., Шаповалов А. М. SWOT-анализ производственно-хозяйственной деятельности предприятий. *Вісник економічної науки України.* 2010. № 2. С. 109–113. **6.** Погребняк А. Ю. Механізм антикризового управління на підприємствах машинобудування : дис. … канд. екон. наук : 08.00.04. Київ, 2016. 234 с.

ШЛЯХИ ВДОСКОНАЛЕННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

УДК 658.8

Ковалевич О. О.

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

Анотація. *Розглянуто сутність управління маркетингом. Обґрунтовано необхідність дослідження маркетингової діяльності, запропоновано шляхи її вдосконалення.*

Ключові слова: *підприємство, організація, виробництво, суб'єкт господарювання, маркетинг, маркетингова діяльність, удосконалення маркетингової діяльності.*

Аннотация. *Рассмотрена сущность управления маркетингом. Обоснована необходимость исследования маркетинговой деятельности, предложены пути ее совершенствования.*

Ключевые слова: *предприятие, организация, производство, субъект хозяйствования, маркетинг, маркетинговая деятельность, совершенствование маркетинговой деятельности.*

Annotation. *Considered the essence of marketing management. The necessity of research of marketing activity is grounded, the ways of its improvement are proposed.*

Keywords: *enterprise, organization, production, business entity, marketing, marketing activities, improvement of marketing activities.*

За сучасних ринкових умов жорсткої конкуренції маркетинг відіграє важливу роль у діяльності будь-якого підприємства, оскільки дозволяє встановити оптимальний взаємозв'язок між підприємством і середовищем, частиною якого воно є. Нині маркетинг розуміють як вираження орієнтованого на ринок управлінського стилю мислення, для якого характерними є творчі стабільні і нерідко агресивні підходи.

Актуальність маркетингової діяльності є пов'язаною з активним процесом розширення виробництва і появою нових технологій у всіх сферах виробництва й обігу товарів і послуг, інформатизації виробництва та розподілу продукції, з еволюцією маркетингу як філософії та підприємницького інструменту.

Дослідженням банківського маркетингу займалися і займаються чимало зарубіжних і вітчизняних науковців, серед них Котлер Ф., Аллен Р., Еванс Д., Берман Б., Ламбен Ж.-Ж., Тулембаєва А. Н., Хабаров В. І., Гур'янов С. А., Хруцький В. Є., Фатхутдинов Р. А., Круглов М. І., Скудар Г. М., Мещеряков А. А., Новікова Л. Ф., Спіцин І. О. та ін.

Метою написання статті є теоретичне обґрунтування необхідності поглибленого дослідження маркетингової активності для подальшого її вдосконалення, що зумовлено важливістю поліпшення роботи підприємства, а також забезпечення й постійної підтримки його конкурентоспроможності. Об'єктом дослідження є маркетингова діяльність підприємства.

Маркетингова діяльність як найважливіша функція у сфері підприємництва має забезпечувати стабільне конкурентне становище суб'єкта маркетингової системи на ринку товарів і послуг залежно від стану внутрішнього та зовнішнього середовища. Засновник маркетингу Котлер Ф. разом із видатним науковцем-економістом Алленом Р. основою маркетингу вважали діяльність. У своїй книзі «Основи маркетингу» Котлер Ф. писав, що маркетинг є різновидом людської діяльності, спрямованим на задоволення потреб шляхом обміну [1].

Еванс Д. та Берман Б., автори книги «Маркетинг», розуміють маркетинг як передбачення, управління і задоволення попиту на товари, послуги, організації, території та ідеї за допомогою обміну [2].

На відміну від попередніх науковців, Американська академія маркетингу та представник європейської школи маркетингу Ламбен Ж.-Ж. розглядають маркетинг як процес. Науковець визначає маркетинг як соціальний процес, що є спрямованим на задоволення потреб і бажань людей і організацій через забезпечення вільного конкурентного обміну товарами і послугами, що являють цінність для покупця [3].

У Великій Радянській Енциклопедії маркетинг тлумачать як одну з систем управління капіталістичним підприємством, що передбачає ретельний облік процесів, які відбуваються на ринку, для прийняття господарських рішень [4].

Крім цих, маркетинг має ще чимало визначень. На підставі аналізу, узагальнення й систематизації визначатимемо маркетинг як результат прибуткового обміну, коли покупець задовольняє наявну потребу, а продавець максимізує свій дохід. Це визначення є найбільш лаконічним і узагальнюючим [1–4].

© Ковалевич О. О., 2018

Оскільки маркетинг є нерозривно пов'язаним із продажами і спонуканням потенційного споживача зробити покупку, багато людей помилково плутають маркетинг із стимулюванням збуту і PR. Різниця полягає в тому, що стимулювання збуту здебільшого відбувається віч-на-віч із потенційним клієнтом, а маркетинг використовує засоби масової інформації й інші засоби для переконання клієнтів здійснити покупку за допомогою створення попиту на товар або пропоновану послугу.

Маркетинг є складним, багатоплановим і динамічним явищем, чим і зумовлено необхідність завжди шукати шляхи вдосконалення маркетингової діяльності підприємства. Досягнення цілі дослідження передбачає розгляд сутності управління маркетингом, обґрунтування важливості впровадження маркетингової діяльності на підприємстві, а також розробку напрямів удосконалення маркетингової діяльності [1].

Завдання управління маркетингом полягає в тому, щоб розробити такі стратегії, які дозволять сформувати вигідні відносини з цільовими споживачами. Інакше кажучи, важливо впливати на рівень, час і характер попиту у такий спосіб, щоб це допомагало організації в досягненні поставлених перед нею цілей. Отже, управління маркетингом є управлінням попитом.

Метою маркетингу, з одного боку, є створення умов для пристосування виробництва до суспільного попиту, потреб ринку; розробка системи організаційно-технічних заходів задля вивчення ринку, інтенсифікації збуту, підвищення конкурентоспроможності товарів з метою одержання максимального прибутку, а з іншого – через використання засобів, прийомів, усієї системи маркетингу впливати на сферу реалізації: попит, пропозицію, ціни, умови збуту, канали розподілу [5].

Загальна мета маркетингу полягає в тому, щоб забезпечити задоволення попиту споживачів, запропонованого на ринку, і за рахунок цього отримати максимально можливий прибуток.

Маркетингова активність охоплює всі ці процеси: пристосування надаваних послуг до суспільного попиту, розробку заходів для вивчення ринку, інтенсифікацію збуту, підвищення конкурентоспроможності послуг. Для виявлення цінності продукту (послуги) необхідним є маркетингове дослідження, спрямоване на вивчення очікувань, мотивів і вподобань цільової аудиторії.

Обрано методи фокус-груп і групового інтерв'ю експертів, яких відбирали з огляду на певні критерії: освіта (вища в галузі фінансових, банківських послуг і маркетингу), досвід роботи у сфері послуг, таких як надання кредитів або інших, не менше п'яти років), інновації в технологіях (розуміння й уміння користуватися), вік (від 30 років). Експерти були зібрані в одному приміщенні і протягом певного часу відповідали на поставлені запитання щодо якості надання послуг, інноваційності банку, стандартів управління, надійності депозитів і вкладів.

Розглянемо, якими є основні позиції узагальненої експертної думки щодо діяльності ПАТ КБ «ПриватБанк».

ПАТ КБ «ПриватБанк» (надалі – ПриватБанк) є одним із найбільш інноваційних банків світу. Понад десять років тому банк став одним із перших у світі, що почав використовувати одноразові SMS-паролі. До останніх інновацій, які визнано в усьому світі, належать такі продукти, як платіжний міні-термінал, вхід у Інтернет-банкінг через QR-код, онлайн-інкасація, а також десятки різноманітних мобільних додатків.

ПриватБанк надає банківські послуги найкращої якості обслуговування на прозорих і справедливих умовах усім жителям і компаніям країни.

Держава реалізує свої права власника банку, а органи управління банку діють відповідно до найкращих світових практик корпоративного управління, зокрема Принципів Організації економічного розвитку та співробітництва щодо корпоративного управління для підприємств з державною часткою (OECD Guidelines on Corporate Governance of State-Owned Enterprises), Принципів корпоративного управління для банків Базельського комітету з банківського нагляду (Corporate governance principles for banks by Basel Committee on Banking Supervision), рекомендацій Європейської банківської організації щодо внутрішнього управління (Guidelines on Internal Governance by European Banking Authority), які є застосовуваними в обсязі, що не суперечить імперативним нормам чинного вітчизняного законодавства.

ПриватБанк є одним із найбільших роботодавців України, важко переоцінити його значущість як роботодавця на українському ринку праці. ПриватБанк – соціально відповідальний банк, працевлаштовує інвалідів (4 % від загальної кількості працюючих). Співробітники отримують зарплату в середньому на 10 % вищу, ніж їх колеги в інших банках.

До того ж ПриватБанк займається благодійністю, тут працює власний благодійний фонд «Допомагати просто», який регулярно допомагає дитячим будинкам і школам-інтернатам, онкохворим дітям, а також постраждалим від стихійних лих чи терактів.

ПриватБанк – зелений банк: у жодному іншому вітчизняному банку не діють стільки програм із захисту оточуючого середовища. Увесь документообіг у банку є електронним, папір практично не використовується; працює екологічна технологія інкасації.

ПриватБанк навчає фінансовій грамотності, не тільки сам постійно навчається чомусь новому, але й з радістю ділиться своїми знаннями з клієнтами. В установах діють освітні програми, у яких кожний може знайти щось цікаве для себе. ЮніорБанк навчає школярів фінансовій грамотності та програмуванню, топ-менеджери ПриватБанку проводять бізнес-семінари для підприємців і діляться своїм досвідом.

Маркетингова активність наданих послуг і відповідно підприємства підтверджується не лише у процесі опитування експертів, але і статистичними даними аналізу діяльності підприємства (табл. 1) [6].

Таблиця 1

Аналіз чистого прибутку (збитку)

Найменування показника	2016	2017	Відхилення від попереднього року	
			тис. грн	%
Валовий прибуток (збиток)	64 141,00	90 910,00	26 769,00	0,42
Прибуток (збиток) від операційної діяльності	25 740,50	75 934,50	50 194,00	1,95
Прибуток (збиток) від звичайної діяльності до оподатковування	26 824,50	86 797,50	59 973,00	2,24
Надзвичайний прибуток (збиток) після оподатковування	20 401,00	72 335,00	51 934,00	2,55
Чистий прибуток (збиток)	64 141,00	90 910,00	26 769,00	0,42

Щоб постійно бути лідером на ринку, необхідно:

– здійснювати моніторінг думок та очікувань споживчої аудиторії не рідше одного разу на рік;

– упроваджувати нові послуги для клієнтів (наприклад кредит на навчання) для постійного стимулювання попиту на послуги банку;

– поліпшити захисну спроможність надаваних клієнтам карток для забезпечення безпеки клієнтських коштів;

– постійно моніторити заходи маркетингової активності конкурентів [5].

Таким чином, проведене дослідження дає підстави стверджувати, що процедура реалізації маркетингової діяльності підприємства отримала подальший розвиток, що дозволить підприємству зберегти конкурентоспроможність і прибуток.

Науковий керівник – канд. екон. наук, викладач Ус М. І.

Література: 1. Котлер Ф. Основы маркетинга. М. : Вильямс, 2007. 656 с. **2.** Эванс Д., Берман Б. Маркетинг. М. : Сирин, 2002. 308 с. **3.** Ламбен Ж.-Ж. Менеджмент, ориентированный на рынок. Стратегический и операционный маркетинг. СПб. : Питер, 2007. 800 с. **4.** Большая Советская Энциклопедия : в 51 т. / редколл., гл. ред. Б. А. Введенский, С. И. Вавилов. СПб. : Большая Советская энциклопедия, 1950–1958 гг. Т. 21. С. 342. **5.** Сутність та складові ефективної маркетингової діяльності підприємства. URL: https://studfiles.net/preview/5851246. **6.** Финансовая отчетность ПАТ КБ «ПриватБанк» // Официальный сайт ПАТ КБ «ПриватБанк». https://privatbank.ua/about/finansovaja-otchetnost.

OPTIMISATION OF DISTRICT DOCTORS' WORK BASED ON MOBILE TECHNOLOGIES

UDC 004.5

O. Kovalenko

The 4-th year student
of the Faculty of Economic Informatics of KhNEU S. Kuznets

Annotation. *Analyzed the features of the program, allowing each doctor to use the database on a personal smartphone. It is substantiated that the introduction of mobile technologies significantly optimizes the daily work of local doctors. It has been proven that the possibility of obtaining information about patients served by a local doctor, at any time and in any place, will contribute to the timely provision of qualified assistance to patients.*

Keywords: *local doctor, family doctor, patient, operating system, computing system, Linux, MySQL, Android, information technologies, mobile technologies, mobile devices, programming language, computer, smartphone, android device, database, user interface, graphical environment.*

Анотація. *Проаналізовано особливості програми, що дає змогу кожному лікарю використовувати бази даних на особистому смартфоні. Обґрунтовано, що впровадження мобільних технологій відчутно оптимізує повсякденну роботу дільничних лікарів. Доведено, що можливість отримання інформації про пацієнтів, обслуговуваних дільничним лікарем, у будь-який час і у будь-якому місці, сприятиме своєчасному наданню пацієнтам кваліфікованої допомоги.*

Ключові слова: *дільничний лікар, сімейний лікар, пацієнт, операційна система, обчислювальна система, Linux, MySQL, Android, інформаційні технології, мобільні технології, мобільні пристрої, мова програмування, комп'ютер, смартфон, андроїд-пристрій, база даних, інтерфейс користувача, графічна оболонка.*

Аннотация. *Проанализированы особенности программы, позволяющей каждому врачу использовать базы данных на личном смартфоне. Обосновано, что внедрение мобильных технологий ощутимо оптимизирует повседневную работу участковых врачей. Доказано, что возможность получения информации о пациентах, обслуживаемых участковым врачом, в любое время и в любом месте, будет способствовать своевременному оказанию пациентам квалифицированной помощи.*

Ключевые слова: *участковый врач, семейный врач, пациент, операционная система, вычислительная система, Linux, MySQL, Android, информационные технологии, мобильные технологии, мобильные устройства, язык программирования, компьютер, смартфон, андроид-устройство, база данных, интерфейс пользователя, графическая оболочка.*

Introduction. A modern person should be mobile, what means always be connected and have on hand the necessary information. For this purpose people use social networks, email, mobile phones and so on. Now common mobile phone extends its functions to the PC. This is due to the fact that it is important to havealways the necessary information and use it for your own needs. It is important to use multipurpose portable devices as best as possible, because they have many benefits: from the size and duration of work without recharging to multifunctionality [1].

At present, life is so full of different kinds of information that the processing should create a huge number of information repositories. Modern information systems are characterized by huge volumes of stored data, complex organization, the need to meet the diverse requirements of many users. The basis of this type of system is the database.

Thus, we should recognize that the future of the PC is in portablity, lightnes and functional technology. There are tablets, smartphones and e-books. And it all, except the products of Apple, commonly operate on the operating system Android. According to statistics, Android is now the leader in the smartphone market, occupying more than half of the total sales.

The advantages of the Android operating system. Android platform realizes the idea of adapting general purpose applications to mobile devices. This is a multilateral platform, which is a software stack of the operating systems based on Linux, designed to manage devices, memory and processes. Android libraries contain functions related to telephony, video, graphics, programming user interfaces, database management, which can store complex data collections and some other features of your mobile device [2].

Every professional activity is somehow related to organization, collection and storage of information. We can say that databases became a part of our everyday life and for its supporting we require certain organizational method or mechanism. This mechanism is called a database management system (DBMS). Today (and for the foreseeable future)

© O. Kovalenko, 2018

language SQL is the single recognized standard database language that is supported by all major DBMS vendors. Over the years (and SQL history goes back for about 30 years) it has developed and become more complicated. Good knowledge of SQL language is a must for professional developers of database applications and database administrators [3].

The novelty and topicality of this article is that smartphoneshave never been used in the work of district doctors. Some hospitals even had their own databases working only on stationary PCs. Now doctors can use the databases on their personal phones and they should not be tied to a particular place or to the particular computer.

The *purpose* of this article is to improve the efficiency of district doctors workthrough the introduction of smartphones based on Android operating system and the MySQL database to optimize the performance of the local doctors, facilitating their access to information, getting urgent information about patients (time of the call, their addresses, symptoms) available around the clock.

The objectives of this article are:

– to accelerate the work of district doctors with information, optimizing the work of the staff, which receive patients' calls;

– switch from PC to mobile PC platform;

– make information about the patients served by a district physician, available at any time and any place to provide timely care to patients.

The main method of choosing information for this paperis the descriptive one.

Description of the program. Application «district doctor» is intended for accounting calls, names, addresses and symptoms of the district doctor's patients.This program allows you to:

– create a list of calls to patients, information about these patients, their addresses, and so on at any convenient language;

– browse information entered into the database that directly relates to patients;

– delete information that has become irrelevant.

The program requires a device running Android 2.2 or more.

To start, just click on the program icon, called «The district doctor».

Description of the operating principle of the program. When hospital reception staff has patient's incoming call they enter it to the database using this application on android-device.

they are entering patient is information, it instantly appears on the android-device that allows the district doctor to know all the latest information about the calls and patients immediately. He can read the information and, if necessary, edit it or remove. This allows to quickly find the information you need, respond to it and timely provide the necessary assistance [4].

Program structure. The program is divided into four parts:

– database;

– functional part;

– graphic shell;

– configuration.

In this work I chose MySQL as a database part of the program, because it is easy to use, multi-threaded, multi-user, cross-platform, free, fast SQL database server. It is located on a remote hosting.

To work with MySQL database I use PHP scripts: create product.php, db config.php, db connect.php, delete product. php, get all products.php, get product details.php, update product.php.

Farther I use Java to describe functional part of the program. To work with it I have used such modules: AllActivity. java, EditActivity.java, MainActivity.java, NewActivity.java. After all I use XML to describe graphic shell of the program. To work with it I use add.xml, all.xml, edit.xml, list.xml, main.xml. All configuration data is located in AndroidManifest. xml, Delivery.iml, project.properties [1; 4].

Conclusion. Computers are becoming more personal and the the opportunity to access to them at any time and from any place is expanding. At the forefront of this process there are mobile devices that are transformed into computer platform. Now mobile phones are used not only for talking - they can be used at any time to access the right information. Mobile devices began to perform a wide range of computer tasks, so these devices may become the new generation of personal computers (PC) [1].

The front on which there is an unfolding battle between operating systems, computing platforms, programming languages and development environments, shifting towards mobile devices. In the IT industry a rapid pace has experienced and increasing volume of programming for mobile devices and more PC programs get analogue on mobile devices [3].

In this paper a program that has been designed to facilitate the work of district doctors information, optimize their performance through the introduction of mobile technologiesis described. This program makes it possible to use information from the hospital patients database via mobile devices.

Supervisor – teacher Polezhaeva O. V.

Literature: 1. Освой программирование играючи. Изучаем Android // Сайт Александра Климова. URL: http://developer.alexanderklimov.ru/android. **2.** Платформа приложений системы Android. URL: http://developer.android.com/guide/components/index.html. **3.** Системные приложения для Андроид // MobiLab.ru. URL: http://www.mobilab.ru/androids/sistemnye-prilozheniya-dlya-android.html. **4.** Базы данных: основные понятия // Wiki-учебник по веб-технологиям. URL: http://www.webmasterwiki.ru/MySQL.

ОПТИМІЗАЦІЯ ГРОШОВИХ ПОТОКІВ ПІДРИЄМСТВА ІЗ ЗАСТОСУВАННЯМ МЕТОДУ НОРМОВАНОГО РОЗМАХУ

УДК 658.15

Коваль В. В.

Магістрант 2 року навчання
фінансового факультету заочної форми навчання ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *На прикладі ПАТ «Харків'янка» проведено оцінку узгодженості грошових потоків суб'єкта господарювання із застосуванням методу нормованого розмаху. На підставі розрахунку й аналізу показника Херста розроблено рекомендації щодо формування управлінських рішень у сфері управління грошовими потоками підприємства.*

Ключові слова: *підприємство, організація, виробництво, суб'єкт господарювання, фінанси, фінансова стратегія, фінансово-господарська діяльність, рух грошових коштів, грошовий потік, оптимізація грошових потоків, надходження та вибуття грошових коштів, метод нормованого розмаху Херста, показник Херста.*

Аннотация. *На примере ОАО «Харьковчанка» проведена оценка согласованности денежных потоков предприятия с применением метода нормированного размаха. На основании расчета и анализа показателя Херста разработаны рекомендации относительно формирования управленческих решений в сфере управления денежными потоками предприятия.*

Ключевые слова: *предприятие, организация, производство, субъект хозяйствования, финансы, финансовая стратегия, финансово-хозяйственная деятельность, движение денежных средств, денежный поток, оптимизация денежных потоков, поступление и выбытие денежных средств, метод нормированного размаха Херста, показатель Херста.*

Annotation. *Using the example of Kharkivchanka OJSC, an assessment was made of the consistency of the company's cash flows using the method of standardized scope. Based on the calculation and analysis of the Hurst index, recommendations have been developed for the formation of management decisions in the field of cash flow management.*

Keywords: *enterprise, organization, production, business entity, finance, financial strategy, financial and economic activity, cash flow, cash flow, cash flow optimization, cash inflow and outflow, Hurst's method of normalized scope, Hurst indicator.*

© Коваль В. В., 2018

Ефективність роботи підприємства значною мірою залежить від організації та системи управління його грошовими потоками. Ця система створюється задля забезпечення виконання короткострокових і стратегічних планів підприємства, підтримання платоспроможності та фінансової стійкості, раціональнішого використання активів і джерел їх формування, а також мінімізації витрат на фінансування господарської діяльності. Від якості управління грошовими потоками залежить не тільки стійкість та ефективність роботи підприємства, але і здатність до майбутнього розвитку, досягнення фінансового успіху в довгостроковій перспективі. Усе це підкреслює актуальність дослідження питань удосконалення діагностики й оптимізації грошових потоків підприємства.

Питання оптимізації грошових потоків для визначення такого їх обсягу, який, з одного боку, позбавив би підприємство ризику виникнення дефіциту грошових активів, а з іншого – виключив можливість утворення занадто великої маси грошових коштів на рахунках і в касі суб'єкта господарювання, розглядаються в роботах багатьох вітчизняних і зарубіжних науковців, серед них Бланк І., Пернарівський О., Ковальов В., Фомін П., Хохлов В., Брейлі Р., Майерс С., Міллер М., Орр Д. та ін.

Метою написання статті є оцінка узгодженості грошових потоків підприємства на прикладі ПАТ «Харків'янка» із застосуванням методу нормованого розмаху, а також розробка рекомендацій щодо формування оптимального резервуару у постановці Херста.

При дослідженні руху грошових коштів виникають проблеми та завдання, аналогічні тим, що наявні при дослідженні часових послідовностей вимірювань таких величин, як температура, стікання рік, кількість опадів та ін., які можна досліджувати із застосуванням методу нормованого розмаху, або методу Херста.

Показник Херста є критерієм визначення часових рядів із випадковим зміщеним блуканням. Цю статистику розробив Херст Г. Е. – гідролог, який у першій половині XX ст. вивчав рух потоків води у долині Нілу. У постановці Херста завдання полягає в тому, щоб знайти оптимальний обсяг резервуара за заданим набором вимірювань стоку води з озера (рис. 1) [3].

За рис. 1 оптимальним є той резервуар, який ніколи не переповнюється та не буває порожнім. Протягом року t такий резервуар приймає приплив П, водночас регульований обсяг води С (стік) спускається з водойми-ща [3].

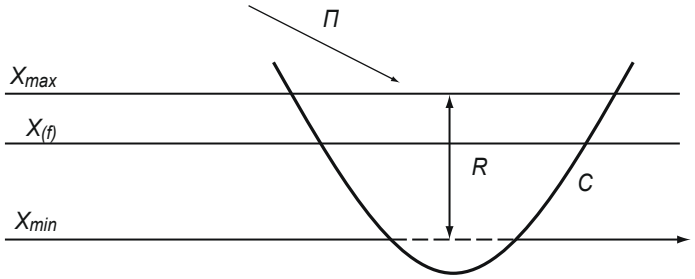


Рис. 1. **Резервуар з припливом (П) і середнім стоком (С), R – розмах**

Згідно із моделлю нормованого розмаху основна проблема має таке формулювання: скільки води має зберігатися у водоймищі, щоб щороку з нього можна було спускати обсяг води, який дорівнює середньому припливу за період?

Середній приплив $\overline{П}$ за період t дорівнює:

$$\overline{П} = \frac{1}{t}\sum_{t=1} П_t, \tag{1}$$

де t – досліджуваний період (кількість років, місяців);

$П_t$ – сума притоку грошових коштів за один рік, місяць [3].

Це середнє значення надходження грошових коштів має дорівнювати обсягу, який щорічно або щомісячно спускається з резервуара, тобто витратам грошових коштів або вихідному грошовому потоку за відповідний період.

Модель нормованого розмаху базується на розрахунку різниці максимального й мінімального припливу грошових коштів П, її називають розмахом R, що являє різницю між мінімальними та максимальними обсягами води в резервуарі, тобто між найбільшими та найменшими сумами надходжень грошових коштів:

$$R_t = \max П(t) - \min П(t), \tag{2}$$

де R_t – розмах надходжень грошових коштів за період t;

max $П(t)$ – максимальні обсяги надходжень грошових коштів за період;

min $П(t)$ – мінімальні обсяги надходжень грошових коштів за період [3].

Виходячи з методу нормованого розмаху, завдання управління рухом грошових коштів підприємства полягає у визначенні оптимального обсягу вхідного грошового потоку й управління ним на підставі аналізу ретроспективних даних про надходження та витрати коштів. Оптимальним рівнем грошових надходжень є такий, що дозволяє досліджуваному суб'єкту підприємництва повною мірою покривати відповідні витрати у будь-який момент досліджуваного періоду.

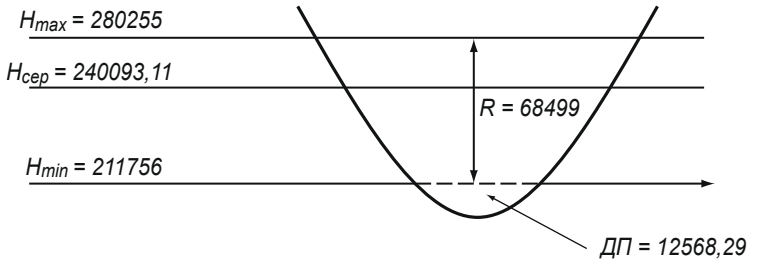
Проведемо діагностику надходжень і витрат грошових коштів за методом Херста для ПАТ «Харків'янка». Досліджуваним періодом обрано 2010–2016 рр. За даними фінансової звітності підприємства в досліджуваному періоді максимальні надходження становили 280255 тис. грн у 2016 р., мінімальні – 211756 тис. грн – у 2013 р. Максимальні витрати спостерігались у 2010 р. і становили 268982 тис. грн, мінімальні – 211756 тис. грн – у 2016 р.

Алгоритм проведення розрахунків та отримані результати за методом Херста подано в табл. 1 [4]. Конкретизацію моделі нормованого розмаху з урахуванням здійснених розрахунків для досліджуваного підприємства унаочнює рис. 2 [3; 4].

Таблиця 1

Алгоритм розрахунків та отримані значення показників для застосування методу нормованого розмаху

Показник	Алгоритм розрахунку	Значення, тис. грн
Середньорічне надходження грошових коштів	$H_{ср} = \frac{1}{7}\sum_{t=1} H_1(t) + H_2(t) + H_n(t)$	240093,71
Середньорічний обсяг витрат (стік)	$B_{ср} = \frac{1}{7}\sum_{t=1} B_1(t) + B_2(t) + B_n(t)$	252662
Обсяг грошових коштів, $X_м(t)$ (дефіцит, *ДП;* надлишок, *Н*)	$x_p(t) = H - Bp$	-12568,29
Розмах варіації надходжень коштів, R*n*	$R_n = \max H(n) - \min H(n)$	68499
Розмах витрат коштів, R_c	$R_c = \max B(c) - \min B(c)$	103331



H_{max} – найбільші надходження коштів; R – розмах варіації надходжень коштів;
H_{min} – найменші надходження коштів; *ДП* – дефіцит грошових коштів
$H_{сер}$ – середньорічний обсяг витрат;

Рис. 2. **Модель нормованого розмаху грошових коштів для ПАТ «Харків'янка», 2010–2016 рр.**

Отже, розмах витрат грошових коштів як різниця між максимальним і мінімальним обсягом їх відтоку має більше значення, аніж розмах надходжень. Це свідчить про те, що підприємство не здатне формувати достатній обсяг грошових коштів для відшкодування своїх витрат у будь-який період їх виникнення.

Виявлені в ході оцінки узгодженості грошових потоків невідповідності можуть набувати таких видів, за наявності яких необхідно приймати певні управлінські рішення (табл. 2) [5].

Таблиця 2

Управлінські рішення за умови невідповідності формування резервуару в постановці Херста

Можлива ситуація	Значення критерію	Управлінське рішення
Зайве накопичення	$x_p(t) = > 0$	Стримування потоку *H* та активізація потоку *B*
Оптимальне накопичення	$x_p(t) = 0$	Стримування або пропорційне притягнення потоків *H, B*
Криза накопичення	$x_p(t) = < 0$	Стримування потоку *B* та притягнення потоку *H*

де $x_p(t)$ – обсяг грошових коштів;

H – надходження грошових потоків;

B – витрати грошових коштів.

Згідно із розрахунками на ПАТ «Харків'янка» спостерігається криза накопичення, тобто підприємство відчуває дефіцит надходжень грошових коштів, у зв'язку із чим йому слід здійснювати стримування вихідного грошового потоку та притягнення вхідного грошового потоку.

Щоб досягти збалансованості дефіцитного грошового потоку в короткостроковому періоді, на підприємствах кондитерської галузі мають розроблятися заходи для прискорення залучення коштів (збільшення цінових знижок при розрахунку за продукцію готівкою; забезпечення часткової або повної передоплати за продукцію; скорочення строків надання товарного кредиту покупцям; використання сучасних форм реінвестування дебіторської заборгованості, таких як облік векселів, факторинг, форфейтинг тощо) й уповільнення їх виплат (придбання довгострокових активів на умовах лізингу; збільшення за згодою з постачальниками строків надання товарного кредиту підприємству; використання флоута (періоду проходження виписаних платіжних документів до їх оплати) для уповільнення інкасації власних платіжних джерел) [7].

Таким чином, ефективність управління грошовими потоками є визначуваною синхронізацією надходжень і виплат, підтримкою постійної платоспроможності підприємства та раціональним використанням фінансових ресурсів, які формуються із зовнішніх і внутрішніх джерел. Управління грошовими потоками є важливою ланкою фінансового менеджменту, що охоплює всю систему управління підприємством. Застосування сучасних методів діагностики дає змогу визначати проблеми у цій ланці та розробляти обґрунтовані заходи щодо їх вирішення.

Науковий керівник – д-р екон. наук, професор Внукова Н. М.

Література: 1. Бланк И. А. Управление денежными потоками. Киев : Ника-Центр ; Эльга, 2002. 736 с. **2.** Брейли Р., Майерс С. Принципы корпоративных финансов / пер. с англ. Н. Барышниковой. М. : Олимп-Бизнес, 2008. 1008 с. **3.** Дяченко О. Г. Управління рухом грошових коштів комерційного банку на основі методу нормованого розмаху. URL: http://www.khibs.edu.ua/2(5)2008/R%201/Diachenko.pdf. **4.** Езерская О. А. Денежный поток – причина конфликта собственников и топ-менеджеров // Бизнес. Энтропия. URL: https://bizentropy.biz/articles/77-denezhnyj-potok-prichina-konflikta-sobstvennikov-i-top-menedzherov.html. **5.** Ковалев В. В. Введение в финансовый менеджмент : учебное пособие. М. : Финансы и статистика, 2004. 768 с. **6.** Модель Миллера–Орра. URL: http://allfi.biz/financialmanagement/WorkingCapitalManagement/model-millera-orra.php. **7.** Фомин П. А., Хохлов В. В. Оценка эффективности использования финансов предприятий в условиях рыночной экономики : монография. М. : Финансы и статистика, 2002. 362 с.

НАПРЯМИ ВДОСКОНАЛЕННЯ МЕТОДОЛОГІЇ ОЦІНКИ РІВНЯ ВІДПОВІДНОСТІ НАЦІОНАЛЬНИХ СТАНДАРТІВ ПРОТИДІЇ ВІДМИВАННЮ КОШТІВ, ФІНАНСУВАННЮ ТЕРОРИЗМУ ТА ФІНАНСУВАННЮ РОЗПОВСЮДЖЕННЯ ЗБРОЇ МАСОВОГО ЗНИЩЕННЯ ВИМОГАМ FATF

УДК 336.71.078

Комар О. В.

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

Анотація. *Досліджено основні напрями вдосконалення методології оцінки рівня відповідності національних стандартів протидії відмиванню коштів, фінансуванню тероризму та фінансуванню розповсюдження зброї масового знищення вимогам FATF. Наведено теоретичні та практичні рекомендації щодо подальшого вдосконалення методології оцінки рівня впровадження й застосування ризик-орієнтованого підходу у сфері фінансового моніторингу.*

Ключові слова: *стандарти FATF, національні стандарти, тероризм, зброя масового знищення, ризик-орієнтований підхід, відмивання коштів, протидія відмиванню доходів, фінансування тероризму, фінансування розповсюдження зброї масового знищення.*

Аннотация. *Исследованы основные направления совершенствования методологии оценки уровня соответствия национальных стандартов противодействия отмыванию средств, финансированию терроризма и финансированию распространения оружия массового уничтожения требованиям FATF. Приведены теоретические и практические рекомендации касательно дальнейшего совершенствования методологии оценки уровня внедрения и применения риск-ориентированного подхода в сфере финансового мониторинга.*

Ключевые слова: *стандарты FATF, национальные стандарты, терроризм, оружие массового уничтожения, риск-ориентированный подход, отмывание средств, противодействие отмыванию доходов, финансирование терроризма, финансирование распространения оружия массового уничтожения.*

Annotation. *The main directions for improving the methodology for assessing the level of compliance of national standards for countering money laundering, terrorist financing and financing the proliferation of weapons of mass destruction with the requirements of FATF have been investigated. The theoretical and practical recommendations for further improving the methodology for assessing the level of implementation and application of risk-based approach in the field of financial monitoring are given.*

Keywords: *FATF standards, national standards, terrorism, weapons of mass destruction, risk-based approach, money laundering, anti-money laundering, financing of terrorism, financing the proliferation of weapons of mass destruction.*

Відмивання коштів, фінансування тероризму та фінансування розповсюдження зброї масового знищення є значними загрозами глобальній безпеці та цілісності фінансової системи, на захист від яких спрямовані міжнародні стандарти FATF. Оскільки Україна лише розпочинає запроваджувати ризик-орієнтований підхід у систему протидії відмиванню коштів, фінансуванню тероризму та фінансуванню розповсюдження зброї масового знищення, доцільним і важливим є узагальнення міжнародного досвіду у цій сфері з метою вивчення, узагальнення та подальшої імплементації міжнародних стандартів FATF з урахуванням досвіду країн Європейського Союзу.

Теоретичні та практичні аспекти впровадження фінансового моніторингу, механізмів протидії відмиванню коштів, фінансуванню тероризму та фінансуванню розповсюдження зброї масового знищення, світовий та європейський досвід ризико-орієнтованого підходу досліджували чимало сучасних науковців, серед них Андрійченко Ж. О., Внукова Н. М., Ващенко О. М., Гасанов С. С., Єфименко Т. І., Дмитров С. О., Смоляк В. А., Лазебник Л. Л., Черевко О. В. та ін.

У працях Андрійченко Ж. О. розглянуто сучасний стан системи фінансового моніторингу України, проаналізовано причини наявних проблем, окреслено напрями змін [1; 2]. У колективній праці Андрійченко Ж. О., Внукової Н. М. та Смоляка В. А. запропоновано методику експрес-оцінки внутрішньобанківських ризиків використання послуг банків та їх підрозділів для легалізації кримінальних доходів або фінансування тероризму [4]. У наукових працях Глущенко О. В. розроблено підхід до оцінювання ризиків у сфері антилегалізаційного стриму-

© Комар О. В., 2018

вання та здійснено оцінювання й визначення рівнів ризиків клієнтів щодо відмивання коштів у межах реалізації ризик-орієнтованого підходу. У своїх працях науковець Черевко О. В. обгрунтовує критерії ризику використання банку для легалізації злочинних доходів, порядок його оцінювання та заходи обмеження або зниження. У працях Лазебник Л. Л. визначено напрями розвитку бізнес-процесів у банку з точки зору комплексних ризиків [5]. Однак, з огляду на європейське спрямування розвитку України важливо дотримуватися міжнародних стандартів у сфері ПВД/ФТ, а для цього мати належну методологію для оцінки рівня їх дотримання.

Метою написання статті є узагальнення рекомендацій щодо вдосконалення методології оцінки рівня відповідності національних стандартів протидії ПВК/ ФТ вимогам FATF.

Рекомендації FATF є основою для всіх країн щодо досягнення загальної мети, яка полягає у блокуванні відмивання коштів, фінансування тероризму й фінансування розповсюдження зброї масового знищення. Рекомендації передбачають запобіжні заходи, вживані фінансовими установами, спеціально визначеними суб'єктами первинного фінансового моніторингу та професіями; заходи, що гарантують прозорість власності юридичних осіб та утворень; заснування компетентних органів із відповідними функціями, повноваженнями й механізмами взаємодії; заходи щодо співробітництва з іншими країнами [5].

На думку багатьох науковців, одним з останніх найважливіших нововведень у міжнародних стандартах FATF є запровадження ризик-орієнтований підходу, що дає змогу інфікувати, оцінити та протидіяти всім можливим ризикам, які прямо чи опосередковано впливають на процес протидії відмиванню брудних грошей у фінансових і нефінансових установах, спричиняють появу ризику використання цих установ для легалізації грошей. Країнам необхідно чітко розуміти ризики відмивання грошей і фінансування тероризму, під які вони підпадають, а також адаптувати свої системи протидії відмиванню коштів і фінансуванню тероризму з урахуванням природи цих ризиків, передбачивши посилені заходи в тих випадках, коли ризики перевищують припустиму межу застосування спрощених заходів за знижених ризиків [7; 8].

Для перевірки належності виконання країнами міжнародних стандартів FATF загалом та аналізу й оцінки рівня впровадження і застосування ризик-орієнтованого підходу у сфері фінансового моніторингу було розроблено та прийнято Методологію з оцінки відповідності та ефективності систем протидії відмиванню коштів та фінансуванню тероризму. Методологія стосується двох складових оцінки впровадження міжнародних стандартів FATF: технічної відповідності та результатів, індикаторів, даних та інших факторів, використовуваних для оцінки ефективності їх впровадження [8].

Технічна відповідність є компонентом Методології, що відповідає за впровадження конкретних вимог FATF, включаючи законодавчу базу та обов'язкові правозастосовні заходи; існування, повноваження та процедури правоохоронних органів. Вона не охоплює конкретні вимоги до стандартів щодо ефективності. Їх оцінюють окремо, через компонент ефективності Методології [7]. Згідно із цим ірозрізняють чотири ступеня технічної відповідності: відповідає (відсутні недоліки), переважно відповідає (наявні лише незначні недоліки), частково відповідає (наявні помірні недоліки), не відповідає (наявні значні недоліки).

Відповідно до Методології, ефективність є ключовим компонентом у оцінці ступеня відповідності країни міжнародним стандартам FATF. Процес оцінки має розглядати оцінку ефективності рівною мірою з оцінкою технічної відповідності. Оцінка ефективності є спрямованою на посилення уваги FATF до результатів, а також визначення, якою мірою національна система ПВК/ФТ досягла цілей міжнародних стандартів FATF, і виявлення системних недоліків. Це дасть змогу країнам приділити пріоритетну увагу заходам поліпшення своєї системи. Для цілей Методології ефективність визначається як ступінь досягнення певних результатів [7]. У контексті фінансового моніторингу та ризико-орієнтовного підходу ефективність є ступенем, за якого фінансові системи та економіки зменшують ризики й загрози відмивання коштів і фінансування тероризму, а також борються із фінансуванням розповсюдження зброї масового знищення [5].

На підставі аналізу Методології оцінки рівня впровадження та застосування ризик-орієнтованого підходу у сфері фінансового моніторингу та праць науковців пропонуємо як напрями подальшого її вдосконалення:

– розробку поетапних уніфікованих програм щодо оцінювання ризику легалізації в аспекті реалізації внутрішнього фінансового моніторингу;

– урахування бальних показників оцінки операції щодо рівня ризику легалізації на підставі бального методу, який є оптимальним з позиції реалізації внутрішнього фінансового моніторингу;

– проведення такого оцінювання децентралізовано, оскільки це значно підвищує його ефективність;

– створення у межах фінансової системи централізованої бази даних кількісної та якісної інформації щодо суб'єктів фінансового моніторингу;

– упровадження на законодавчому рівні сучасних програмних продуктів, що сприятиме ефективному оцінюванню ризику легалізації [4; 5].

Таким чином, удосконалення методології оцінки рівня впровадження й застосування ризик-орієнтованого підходу фінансового моніторингу за визначеними напрямками сприятиме розвитку та ефективній організації фінансового моніторингу на базі актуальної інформації, що надається у зручному для моніторингу й аналізу вигляді.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Андрійченко Ж. О.

Література: 1. Андрійченко Ж. О. Визначення напрямів інституційних змін для забезпечення ефективного функціонування ризик-орієнтованого підходу у сфері фінансового моніторингу. *Глобальні та національні проблеми економіки.* 2017. № 17. С. 228–235. **2.** Андрійченко Ж. О., Літвінова С. О. Статистичне обґрунтування необхідності запровадження ризик-орієнтованого підходу у сфері фінансового моніторингу в Україні. *Проблеми і перспективи розвитку підприємництва.* 2017. № 2. С. 49–55. **3.** Внукова Н. М., Пукала Р., Смоляк В. А. Євроінтеграційні аспекти розвитку ринків фінансових послуг : монографія / за заг. ред. Н. М. Внукової та Р. Пукала. Харків : Ексклюзив, 2018. 178 с. **4.** Внукова Н. М., Андрійченко Ж. О. Фінансовий моніторинг : навч. посіб. Харків : ХНЕУ, 2013. 204 с. **5.** Лазебник Л. Л. Управління ризиками відмивання незаконних доходів у комерційному банку. *Економіка та держава.* 2012. № 11. С. 4–7. **6.** Єфименко Т. І. Фіскальний простір антикризового регулювання. Київ : ДННУ «Академія фінансового управління, 2012. 332 с. **7.** An up-to-date overview of the ratings on both effectiveness and technical compliance for all countries assessed against the 2012 FATF Recommendations and using the 2013 Assessment Methodology. URL: http://www.fatf-gafi.org/fr/publications/evaluationsmutuelles/documents/fatf-methodology.html?hf=10&b=0&s=desc. **8.** Risk-based Approach for the Banking Sector. URL: https://www.google.com/search?q=http%3A%2F%2Fwww.fatf-gafi.org%2F+publications%2Ffatfrecommendations%2Fdocuments%2Frisk-basedapproach-banking-sector.

ОСОБЛИВОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ІНСТРУМЕНТІВ СТРАТЕГІЧНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ ДЛЯ КОМПЛЕКСНОЇ ОЦІНКИ ФІНАНСОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

УДК 65.012.23

Копоть А. О.

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

Анотація. *Досліджено теоретичні та практичні аспекти застосування матриці фінансових стратегій Франшона–Романе як інструменту стратегічного менеджменту для оцінки фінансової діяльності підприємства. Із застосуванням матриці проаналізовано стратегічний фінансовий стан підприємства ПАТ «Нікопольський завод феросплавів». Розроблено рекомендації щодо формування оптимальної фінансової стратегії суб'єкта господарювання.*

Ключові слова: *підприємство, організація, суб'єкт господарювання, фінанси, фінансова рівновага, фінансова стратегія, фінансово-господарська діяльність, стратегічний менеджмент, результат господарської діяльності, результат фінансової діяльності, результат фінансово-господарської діяльності, матриця фінансових стратегій Франшона–Романе.*

Аннотация. *Исследованы теоретические и практические аспекты применения матрицы финансовых стратегий Франшона–Романе как инструмента стратегического менеджмента для оценки финансовой деятельности предприятия. С применением матрицы проанализировано стратегическое финансовое состояние предприятия ОАО «Никопольский завод ферросплавов». Разработаны рекомендации по формированию оптимальной финансовой стратегии предприятия.*

© Копоть А. О., 2018

Ключевые слова: *предприятие, организация, субъект хозяйствования, финансы, финансовое равновесие, финансовая стратегия, финансово-хозяйственная деятельность, 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 application of the matrix of financial strategies of Franchona–Romane as an instrument of strategic management for assessing the financial activity of an enterprise are investigated. Using the matrix, the strategic financial condition of the enterprise Nikopol Ferroalloy Plant OJSC was analyzed. Developed recommendations for the formation of the optimal financial strategy of the enterprise.*

Keywords: *enterprise, organization, business entity, finance, financial equilibrium, financial strategy, financial and economic activity, strategic management, result of economic activity, financial result, result of financial and economic activity, Franchona–Romane financial strategy matrix.*

Основною метою діяльності підприємства є максимізація його ринкової вартості та підвищення рівня добробуту власників. Необхідною умовою для досягнення цієї мети є оцінка та коригування стратегічного фінансового планування. 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 напрямів досягнення фінансових цілей, адекватного коригування формування й використання фінансових ресурсів за зміни умов зовнішнього середовища [2].

Питання розробки та реалізації фінансової стратегії підприємства висвітлено у працях зарубіжних і вітчизняних науковців, серед них Портер М., Ансофф І., Бланк І., Іванюта С., Бутиріна В., Гриньов А., Ткачук І. 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 визначення стадії фінансового розвитку підприємства металургійної галузі, оцінка наявних стратегічних альтернатив із застосуванням матриці Франшона–Романе, а також надання рекомендацій щодо формування оптимальної фінансової стратегії з урахуванням галузевого аспекту.

Під фінансовою стратегією розуміють загальний напрям і засоби використання фінансових ресурсів для досягнення поставленої мети. Цьому має відповідати певний набір правил та обмежень для прийняття рішень. Стратегія орієнтує на ті варіанти рішень, які забезпечують досягнення поставленої мети. Нові цілі потребують розробки нової стратегії.

Комплексна оцінка фінансової діяльності є першим кроком на шляху до стратегічного фінансового планування. Для оцінки використовують чимало інструментів, більшість із яких спираються на розрахунок різноманітних фінансових показників. Вони є досить ефективними, але відображають фінансову діяльність лише частково.

Для визначення стратегічних фінансових цілей подальшого розвитку суб'єкта господарювання необхідно визначитися з стратегічним позиціонуванням суб'єкта господарювання в динаміці. Для цього застосовують матрицю фінансових стратегій Франшона Ж. та Романе І.

Матриця фінансових стратегій Франшона Ж. та Романе І. дає змогу визначати поточне положення суб'єкта господарювання з точки зору фінансового ризику, розглядати ситуацію в динаміці, визначати стратегічний напрямок фінансової стратегії суб'єкта господарювання залежно від зміни ключових показників його діяльності. Використання цієї матриці ґрунтується на розрахунку результату господарської діяльності, результату фінансової діяльності та результату фінансово-господарської діяльності [4].

Розрахунки показників матриці Франшона–Романе для ПАТ «Нікопольський завод феросплавів» подано в табл. 1 [9].

Таблиця 1

Розрахунок показників результату фінансово-господарської діяльності ПАТ «Нікопольський завод феросплавів»

Показник	Умовні позначення	2014	2015	2016
Результат господарської діяльності	*РГД*	1 754 538	3 624 434	2 188 200
Результат фінансової діяльності	*РФД*	-2 208 169	-951 345	-243 590
Результат фінансово-господарської діяльності	*РФГД*	-453 631	2 673 089	1 944 610

За даними розрахунку бачимо, що результат господарської діяльності у 2014 р. становив 1,75 млрд грн, у 2015 р. – 3,62 млрд грн, а у 2016 р. – 2,19 млрд грн. Результат фінансової діяльності ПАТ «Нікопольський завод феросплавів» у 2014 р. становив –2,21 млрд грн, у 2015 р. –0,95 млрд грн, а у 2016 р. збитки з фінансової діяльності

зменшилися до 0,24 млрд грн. Загалом результат фінансово-господарської діяльності підприємства у 2014 р. становив –0,45 млрд грн, у 2015 р. – 2,67 млрд грн, а у 2016 р. – 1,94 млрд грн.

За результатом розрахунку цих показників можна умовно віднести суб'єкт господарювання до одного з квадрантів матриці (табл. 2), кожний із яких має свій номер та свою унікальну назву [6; 9].

Таблиця 2

Матриця фінансових стратегій (фінансової рівноваги) Франшона–Романе

Значення показників	***РФД* < 0** **гальмування**	***РФД* → 0** **стабілізація**	***РФД* > 0** **зростання**
РГД > 0 повільне зростання	1. *РФГД* → 0 Батько сімейства	4. *РФГД* > 0 Рантьє	6. *РФГД* >> 0 Холдинг
РГД → 0 повільне зростання	7. *РФГД* < 0 Епізодичний дефіцит	2. *РФГД* → 0 Стійка рівновага	5. *РФГД* > 0 Атака
РГД < 0 форсоване зростання	9. *РФГД* < < 0 Криза	8. *РФГД* < 0 Дилема	3. *РФГД* → 0 Нестійка рівновага

Квадранти 1; 2 і 3 (головна діагональ матриці) є зоною рівноваги. Над діагоналлю (квадранти 4; 5; 6) розміщується зона успіхів, у якій значення показників є додатними, відбувається створення ліквідних засобів. Чистий грошовий потік є стійко додатним, фінансовий ризик є мінімальним. Під діагоналлю (квадранти 7; 8; 9) розміщується зона дефіцитів, у ній відбувається споживання ліквідних засобів, значення досліджуваних показників є від'ємними. Зауважимо, що до умовного нуля слід віднести ті значення результату господарської діяльності (результату фінансової діяльності), які наближаються до значення у 10 % від доданої вартості. У 2014 р. умовним нулем було значення 507 225 тис. грн, у 2015 р. – 663 175 тис. грн, а у 2016 р. – 239 483 тис. грн.

У процесі діагностики банкрутства на підставі побудови матриць фінансової рівноваги необхідно звернути увагу не тільки на поточне положення, а й досліджувати напрямок руху підприємства у межах окремих квадрантів матриці в динаміці.

Побудуємо матрицю фінансових стратегій Франшона–Романе для ПАТ «Нікопольський завод феросплавів», визначимо напрями зміни показників за 2014–2017 рр. (рис. 1) [6].

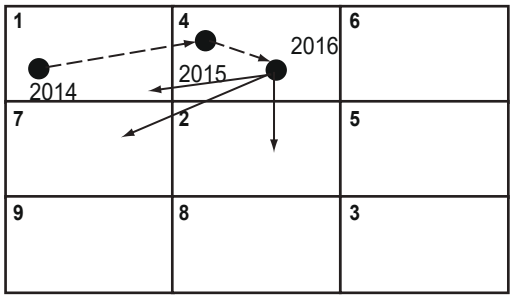


Рис. 1. **Матриця фінансових стратегій Франшона–Романе для ПАТ «Нікопольський завод феросплавів», 2014–2017 рр.**

Бачимо (рис. 1), що у 2014 р. підприємство розміщувалося у квадранті 1 «Батько сімейства». Фактичні темпи приросту його капіталу були меншими за можливі, тобто задіяні не всі ресурси; можливий перехід до квадрантів 4; 2 і 7.

У 2015–2016 рр. підприємство перейшло до квадранта 4 «Рантьє», що характеризується наявністю вільних засобів для здійснення проектів при використанні позикового капіталу. Однак, підприємство не прагне вкладати їх у власне виробництво, а надає товарні кредити своїм споживачам (замовникам); можливий перехід до квадрантів 1; 2; 7.

До квадрантів 2 і 7 підприємство переміститься у разі реалізації інвестиційного проекту. Якщо темпи зростання будуть досить високими, підприємство перейде до квадранта 2. За невисоких темпів зростання обігу – до квадранта 7.

У разі скорочення використання позикових коштів підприємство може переміститися до квадранта 1. Тут зменшується сила впливу фінансового важеля, дещо знижується і рентабельність власних коштів.

За результатами застосування матриці підприємству ПАТ «Нікопольський завод феросплавів» рекомендовано передусім звернути увагу на темпи зростання рентабельності і темпи зростання обігу. Коригування показників оборотності коштів і рентабельності сприятиме поліпшенню фінансового стану. Слід також ураховувати можливості управління дебіторською та кредиторською заборгованостями [9].

З огляду на значні обсяги дебіторської заборгованості за реалізовану продукцію, що негативно впливає на рівень платоспроможності підприємства, необхідно здійснити її переведення у більш ліквідну форму активів – грошові кошти, для чого можна скористатись послугою факторингу для мінімізації ризику неплатежів і забезпечення миттєвої ліквідності.

Подальші перспективи розвитку підприємства є цілком позитивними. Вибір структури фінансування залежатиме від рівня та динаміки економічної прибутковості.

Таким чином, реалізація запропонованої системи заходів для досягнення бажаного фінансового стану дасть змогу ПАТ «Нікопольський завод феросплавів» подолати наявні дестабілізуючі явища в його діяльності, забезпечить підвищення рівня ліквідності та платоспроможності підприємства, а також ефективності його господарської діяльності без надмірного зростання залежності від зовнішніх фінансових джерел.

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. 177–179. **2.** Бланк И. А. Финансовая стратегия предприятия : учебный курс. Киев : Эльга ; Ника-Центр, 2006. 520 с. **3.** Іванюта С. М. Антикризове управління : навч. посіб. Київ : Центр навч. літ., 2007. 288 с. **4.** Портер М. Конкурентная стратегия. Методика анализа отраслей и конкурентов. М. : Альпина Бизнес Букс, 2005. 464 с. **5.** Ансофф И. Стратегическое управление. М. : Экономика, 1998. 358 с. **6.** Гриньов А. В., Ястремська О. М. Якість формування фінансової стратегії підприємства. *Фінанси України.* 2006. № 6. С. 121–128. **7.** Ткачук І. Г. Формування фінансової стратегії в системі управління підприємством. *Вісник ЖДТУ.* 2008. № 2. С. 301–304. **8.** Кравчук О. М., Лещук В. П. Фінансова діяльність суб'єктів підприємництва : навч. посіб. Київ : Центр навч. літ., 2010. 352 с. **9.** Семенов А. Г. Матриця фінансових стратегій. *Вісник економічної науки України.* 2008. № 2. С. 139–146.

ДЕРЖАВНИЙ АУДИТ ЯК СКЛАДОВА ДЕРЖАВНОГО ФІНАНСОВОГО КОНТРОЛЮ

УДК 657.6

Корнєєва С. С.

Студент 3 курсу
факультету консалтингу і міжнародного бізнесу ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Визначено сутність державного аудиту як складової державного фінансового контролю. Розглянуто структуру державного аудиту. Деталізовано призначення, об'єкти та етапи проведення державного аудиту.*

Ключові слова: *держава, підприємство, організація, фінанси, фінансова звітність, бухгалтерський облік, фінансовий контроль, аудит, державні фінанси, державне майно, державний аудит.*

Аннотация. *Определена сущность государственного аудита как составляющей государственного финансового контроля. Рассмотрена структура государственного аудита. Детализированы назначение, объекты и этапы проведения государственного аудита.*

Ключевые слова: *государство, предприятие, организация, финансы, финансовая отчетность, бухгалтерский учет, финансовый контроль, аудит, государственные финансы, государственное имущество, государственный аудит.*

© Корнєєва С. С., 2018

Annotation. *The essence of the state audit as a component of the state financial control is determined. The structure of state audit is considered. The purpose, objects and stages of the state audit are detailed.*

Keywords: *state, enterprise, organization, finances, financial statements, accounting, financial control, audit, state finances, state property, state audit.*

За умов погіршення економічної ситуації в країні відбувається зниження контролю за державними коштами, що послаблює і без того нестабільне у фінансовому плані становище держави, зростають потреби держави й органів місцевого самоврядування у грошових ресурсах. Перевірити цільове використання коштів органами державної влади та обороти корупційні схеми можна за допомогою державного аудиту. Актуальність вивчення державного аудиту як складової державного фінансового контролю полягає в тому, що він відіграє роль інституту, який сприяє суспільному контролю за офіційним та економічним використанням державних коштів на користь країни й громадян, а також дає змогу уникати порушень у сфері державних фінансів.

Розробкою питань щодо побудови та функціонування державного аудиту як складової державного фінансового контролю займалися і займаються чимало вітчизняних науковців, серед них Бутинець Ф. Ф., Дікань Л. В., Немченко В. В., Жирна Ж. А., Головач В. В., Усач Б. Ф. та ін.

Метою написання статті є визначення сутності поняття, а також аналіз структури державного аудиту як складової системи державного фінансового контролю.

Для досягнення поставленої мети необхідно уточнити сутність поняття державного аудиту, а також проаналізувати структуру державного аудиту та її складових.

Часом зародженням аудиту в Україні можна вважати прийняття Закону України «Про аудиторську діяльність» від 22.04.1993 р., у якому аудит визначено як перевірку даних бухгалтерського обліку і показників фінансової звітності суб'єкта господарювання з метою висловлення незалежної думки аудитора про її достовірність у всіх суттєвих аспектах і відповідність вимогам законів України, положень (стандартів) бухгалтерського обліку або інших правил (внутрішніх положень суб'єктів господарювання) згідно із вимогами користувачів [1].

З огляду на вимоги європейського досвіду розпочався перехід від незалежного аудиту до державного фінансового аудиту. У Бюджетному кодексі України, який було прийнято 08.07.2010 р., державний фінансовий аудит визначено як складову системи державного фінансового контролю. Державний фінансовий аудит відрізняється від незалежного аудиту тим, що це незалежна перевірка державного майна, коштів та інших активів держави, здійснювана особами, які підпорядковані органам державної виконавчої влади (рис. 1) [4; 6].

Метою державного аудиту є перевірка цільового використання державних ресурсів, виявлення недоліків та порушень у системі бухгалтерського обліку об'єкта, щодо якого проводиться перевірка, усунення цих порушень і недоліків, надання рекомендацій щодо його діяльності.

Об'єктами державного аудиту є комунальні та державні установи й інші суб'єкти господарювання, що отримують кошти з державного бюджету.

Проведення державного аудиту є необхідним для державних підприємств, які становлять переважну більшість у структурі державного сектора економіки, оскільки у процесі його здійснення перевіряється збитковість і відповідність діяльності підпорядкованого об'єкта чинному законодавству (рис. 2) [7; 8].

На сьогодні процес проведення державного аудиту є визначуваним Законом України «Про основні засади здійснення державного фінансового контролю в Україні» від 26.01.1993 р. № 2939-XII. Однак, у цьому Законі чітко не прописано, які види державного аудиту можуть здійснюватися різними органами державного фінансового контролю – Держаудитслужбою України та Рахунковою палатою України. Водночас різновиди державного аудиту, які проводяться Держаудитслужбою України, визначені в підзаконних актах. В актах зазначено, що в Україні цим органом державного фінансового контролю здійснюються державний фінансовий аудит діяльності суб'єктів господарювання, державний фінансовий аудит окремих господарських операцій (операційний аудит), державний фінансовий аудит виконання місцевих бюджетів і державний фінансовий аудит виконання бюджетних програм (аудит ефективності) [2].

Таким чином, вивчення державного аудиту є необхідним, оскільки він є пріоритетним напрямом системи державного фінансового контролю. Для розвитку державного аудиту необхідно вивчити досвід зарубіжних науковців і практиків, дослідити нові теоретичні та практичні засади функціонування державного аудиту в Україні, забезпечити стійкий стан державного аудиту в системі державного фінансового контролю, незважаючи на зміни у законодавстві.

Науковий керівник – викладач Шевченко І. О.

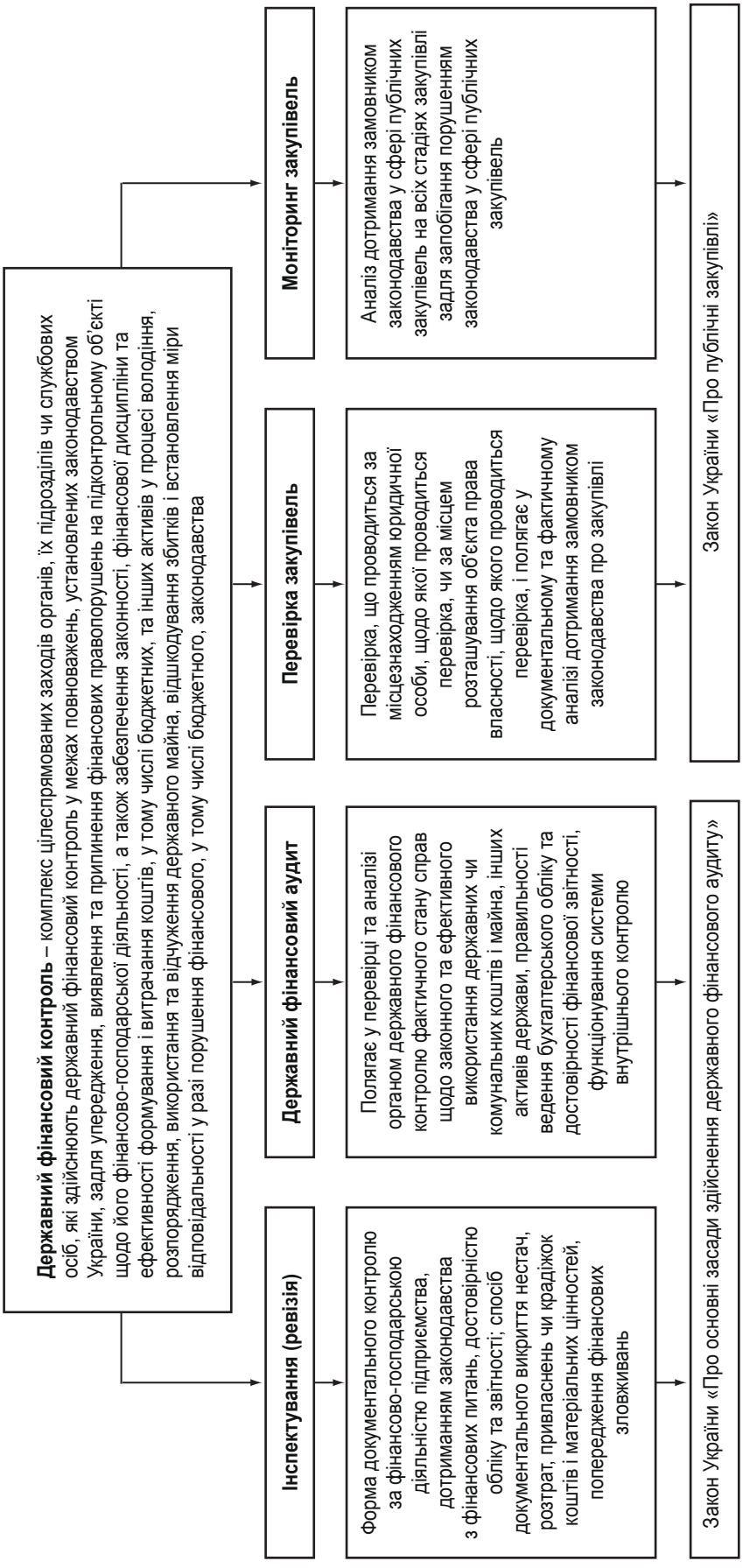


Рис. 1. **Складові державного фінансового контролю**

Рис. 2. **Процес проведення державного фінансового аудиту**

Література: 1. Про аудиторську діяльність : Закон України від 22.04.1993 № 3125-XII // База даних «Законодавство України» / Верховна Рада України. URL: http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/3125-12. **2.** Про основні засади здійснення державного фінансового контролю : Закон України від 26.01.1993 № 2939-XII // База даних «Законодавство України» / Верховна Рада України. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2939-12/ed19930126. **3.** Бутинець Ф. Ф. Аудит : підручник. Житомир : Рута, 2002. 672 с. **4.** Головач В. Поняття аудиту. *Аудитор України*. 2012. № 2. С. 3–6. **5.** Дікань Л. В., Кожушко О. В., Лядова Ю. О. Державний аудит : підручник. Харків : ХНЕУ, 2016. 412 с. **6.** Жирна Ж. А. Становлення системи державного аудиту в Україні. *Науковий вісник Ужгородського університету.* 2010. № 2. С. 232–234. **7.** Немченко В. В., Редько К. О., Редько О. Ю. Аудит. Основи державного незалежного професійного та внутрішнього аудиту. Київ : Центр навч. літ., 2012. 540 с. **8.** Пушкарьова О. Ю. Державний фінансовий аудит суб'єктів господарювання як пріоритетний напрям діяльності органів Державної контрольно-ревізійної служби. URL: http://www.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/dtr/ep/2009_7/files/EC709_33.pdf. **9.** Шевчук О. Д., Мукоїд І. Л. Особливості проведення державного аудиту в Україні. http://econjournal.vsau.org/files/pdfa/858.pdf. **10.** Усач Б. Ф. Аудит : навч. посіб. Київ : Знання-Прес, 2003. 224 с.

ПРОБЛЕМИ ФІНАНСОВОГО АНАЛІЗУ В УКРАЇНІ

УДК 005.52:658.14/.17(477)

Корнієнко Д. С.

Студент 3 курсу
факультету консалтингу і міжнародного бізнесу ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Досліджено особливості застосування вертикального та горизонтального методів як основних методів фінансового аналізу фінансово-господарської діяльності підприємств. Визначено їх сутність, а також переваги та недоліки застосування. Наведено теоретичні рекомендації щодо підвищення ефективності фінансового аналізу на вітчизняних підприємствах.*

Ключові слова: *підприємство, організація, виробництво, суб'єкт господарювання, фінанси, фінансово-господарська діяльність, фінансовий аналіз, горизонтальний метод аналізу, вертикальний метод аналізу.*

Аннотация. *Исследованы особенности применения вертикального и горизонтального методов как основных методов финансового анализа финансово-хозяйственной деятельности предприятий. Определены их сущность, а также преимущества и недостатки применения. Приведены теоретические рекомендации по повышению эффективности финансового анализа на отечественных предприятиях.*

Ключевые слова: *предприятие, организация, производство, субъект хозяйствования, финансы, финансово-хозяйственная деятельность, финансовый анализ, горизонтальный метод анализа, вертикальный метод анализа.*

Annotation. *The features of the use of vertical and horizontal methods as the main methods of financial analysis of financial and economic activities of enterprises are investigated. Their essence, as well as the advantages and disadvantages of the application are determined. The theoretical recommendations for improving the efficiency of financial analysis in domestic enterprises are given*

Keywords: *enterprise, organization, production, business entity, finance, financial and economic activity, financial analysis, horizontal method of analysis, vertical method of analysis.*

У сучасному світі підприємства не тільки виробляють продукцію, а й намагаються вирішити чимало питань щодо діяльності організації, її навколишнього середовища, фінансового стану. Однак, усі ці питання не підлягають розгляду без попереднього аналізу.

Підприємство є самостійним суб'єктом господарювання, створеним компетентним органом державної влади або органом місцевого самоврядування, або іншими суб'єктами для задоволення суспільних та особистих потреб шляхом систематичного здійснення виробничої, науково-дослідної, торговельної, іншої господарської діяльності в порядку, передбаченому Господарським кодексом та іншими законами України [1].

Аналіз фінансового стану підприємства є найголовнішою складовою аналізу загального стану організації, оскільки саме він дає бачення поточної ситуації, а також того потенціалу, який ще можна використати. Без даних фінансового аналізу менеджер наосліп прийматиме важливі рішення для функціонування установи, і з упевненістю можна сказати, що одного разу він припуститься фатальної помилки. У XXI ст. існують чимало способів аналізу фінансового стану підприємства, однак, жоден з них не є досконалим.

Фінансовий аналіз є процесом дослідження фінансового стану і основних результатів фінансової діяльності підприємства задля виявлення резервів підвищення його ринкової вартості та забезпечення ефективного розвитку [2].

Питання аналізу фінансового стану підприємств розглядають чимало науковців і практиків, серед них Коробов М. Я., Лахтіонова Л. А., Мних Є. В., Осмоловський В. В., Крамаренко Г. О., Попович П. Я., Тарасенко Н. В. та ін. Однак, ці автори розглядали проблеми взагалі, не виділяючи окремі аспекти аналізу.

Метою написання статті є дослідження основних методів фінансового аналізу, визначення їх переваг і недоліків, а також надання теоретичних рекомендацій щодо їх удосконалення.

Основною метою аналізу фінансового стану підприємства є своєчасне виявлення й усунення недоліків у фінансовій діяльності та знаходження резервів поліпшення фінансового стану підприємства і його платоспроможності.

При цьому зазвичай оцінюють виконання плану з надходження фінансових ресурсів та їх використання; прогнозують можливі фінансові результати (прибуток і рентабельність), виходячи з реальних умов господарської ді-

© Корнієнко Д. С., 2018

яльності й наявності власних і позикових ресурсів; розробляють конкретні заходи, що є спрямованими на підвищення ефективності використання фінансових ресурсів і зміцнення фінансового стану організації.

Аналіз фінансового стану допомагає фінансовим аналітикам обґрунтувати свої фінансові плани, виявити слабкі місця у фінансових операціях підприємства, вжити відповідних заходів, які допоможуть виправити становище, прийняти рішення про ефективніше використання коштів і ресурсів, скоригувати напрями майбутньої діяльності підприємства. Цим видом аналізу користуються не лише фінансові аналітики (табл. 1) [4; 5].

Таблиця 1

Користувачі фінансової звітності

Користувачі	Інтереси	Джерела інформації
Керівництво підприємства	Оцінка ефективності виробничої та фінансової діяльності, прийняття управлінських і фінансових рішень	Внутрішні звіти підприємства, фінансова звітність
Власники (акціонери)	Оцінка адекватності доходу, ступінь ризикованості вкладених інвестицій, оцінка перспектив виплати дивідендів	Фінансова звітність
Державні органи (органи податкового та фінансового контролю та ін.)	Оподаткування, сплата внесків до фондів, формування висновку про неспроможність і банкрутство	Фінансова та податкова звітність, розрахунки зі спеціальними фондами
Кредитори та інвестори	Визначення наявності коштів для погашення кредитів і виплати процентів	Фінансова звітність, спеціальні довідки
Постачальники	Визначення наявності коштів для сплати поставок	Фінансова звітність
Покупці (клієнти)	Оцінювання того, як довго підприємство зможе продовжувати свою діяльність	Фінансова звітність
Службовці (працівники підприємства)	Оцінка стабільності та рентабельності діяльності підприємства для визначення перспективи своєї зайнятості, отримання фінансових та інших пільг і виплат від підприємства	Фінансова звітність
Статистичні органи	Статистичні узагальнення	Фінансова та статистична звітність

Бачимо (табл. 1), що в інформації про фінансові результати діяльності підприємства зацікавлені майже всі учасники господарського обігу підприємства, від звичайних клієнтів до податкових органів [4; 5].

Майже на всіх вітчизняних підприємствах фінансову звітність складають штатні бухгалтери або залучені консалтингові фірми. Аналізують її вже фінансові аналітики із застосуванням різних методів (горизонтальний, вертикальний, трендовий, фінансових коефіцієнтів, порівняльний аналіз), з огляду на мету аналізу. Однак, найважливішими є саме горизонтальний і вертикальний методи, хоч і їм притаманні свої переваги та недоліки (табл. 2) [5].

Таблиця 2

Переваги й недоліки горизонтального та вертикального методів аналізу

Назва	Сутність	Переваги	Недоліки
Горизонтальний аналіз	Полягає у порівнянні кожної позиції поточної звітності з минулим періодом	Дає змогу одержати найзагальніше уявлення про якісні зміни, які мали місце у структурі коштів та їх джерел, а також у динаміці цих змін. Ці прийоми використовують практично в усіх методиках	Не містить механізму порівняння окремих варіантів економічних рішень, не передбачає взаємозамінюваності різних ресурсів, через що унеможливлюється вибір оптимального варіанта розвитку економічної системи; обмежене урахування інфляції
Вертикальний аналіз	Забезпечує визначення структури фінансових показників із виявленням впливу кожної позиції звітності на показник загалом	Дає змогу одержати конкретне розуміння якісних і кількісних впливів окремих факторів на ключовий показник – валюту балансу, а також спостерігати за змінами впливів кожного показника	Не забезпечує повного аналізу реального стану підприємства; дає лише приблизне уявлення про роль показника в балансі, але не визначає ступінь його впливу у процесі господарської діяльності підприємства

Сучасним вітчизняним підприємствам доводиться функціонувати за нестабільної економіки, чим спричинено знецінення інформації аналізу, отриманої раніше, як наслідок, показники аналізу потребують частішого перерахування.

Кожен вид аналізу створений для певних цілей і, якщо підприємству важливо проаналізувати різні аспекти своєї діяльності, доцільним є застосування різних методів аналізу.

Таким чином, за ринкових умов господарювання існує необхідність розробки методики фінансового аналізу підприємства, яка б давала можливість здійснення загальної оцінки динаміки та структури статей чинної в Україні фінансової звітності; комплексних досліджень фінансової стійкості та ліквідності балансу підприємств; обґрунтування методичних підходів до побудови системи фінансових коефіцієнтів та їх розрахунків; дослідження взаємозв'язку прибутку, руху капіталу та потоку грошових коштів; здійснення аналізу інвестиційної привабливості підприємств та організацій на підставі фінансових коефіцієнтів і рейтингових оцінок.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Сапрун Г. Г.

Література: 1. Господарський кодекс України : Закон України від 16.01.2003 № 436-IV // База даних «Законодавство України» / Верховна Рада України. URL: http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/436-15. **2.** Бланк И. А. Основы финансового менеджмента. Киев : Ника-Центр, 1999. 592 с. **3.** Райковська І. Т. Проблеми застосування методик аналізу фінансового стану в діяльності промислових підприємств. *Вісник ЖДТУ.* 2009. № 3 (49). С. 154–158. **4.** Невдаха Н. А. Фінансовий аналіз як складова аналізу господарської діяльності підприємства. *Наукові праці Кіровоградського національного технічного університету.* 2009. № 16. С. 204–215. **5.** Деркач О. В. Проблеми аналізу фінансового стану підприємства. *Ефективна економіка*. 2013. № 4. С. 112–123.

ВИЗНАЧЕННЯ СТРАТЕГІЧНОЇ ПОЗИЦІЇ ПІДПРИЄМСТВА КЕРАМІЧНОЇ ГАЛУЗІ ІЗ ЗАСТОСУВАННЯМ МАТРИЦІ ФРАНШОНА–РОМАНЕ

УДК 658.15

Кротенко П. А.

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

Анотація. *Розглянуто методику стратегічного позиціонування підприємств. На підставі позиції підприємства в матриці фінансових стратегій Франшона–Романе визначено стадію його фінансового розвитку.*

Ключові слова: *підприємство, організація, суб'єкт господарювання, фінанси, фінансова стратегія, фінансово-господарська діяльність, результат господарської діяльності, результат фінансової діяльності, результат фінансово-господарської діяльності, стратегія, стратегічне позиціонування, матриця фінансових стратегій Франшона–Романе.*

Аннотация. *Рассмотрена методика стратегического позиционирования предприятий. На основании позиции предприятия в матрице финансовых стратегий Франшона–Романе определена стадия его финансового развития.*

Ключевые слова: *предприятие, организация, субъект хозяйствования, финансы, финансовая стратегия, финансово-хозяйственная деятельность, результат хозяйственной деятельности, результат финансовой деятельности, результат финансово-хозяйственной деятельности, стратегия, стратегическое позиционирование, матрица финансовых стратегий Франшона–Романе.*

Annotation. *The technique of strategic positioning of enterprises is considered. Based on the position of the company in the matrix of financial strategies Franchona Romane defined the stage of its financial development.*

Keywords: *enterprise, organization, business entity, finance, financial strategy, financial and economic activity, result of economic activity, result of financial activity, result of financial and economic activity, strategy, strategic positioning, matrix of financial strategies of Franchona–Romane.*

© Кротенко П. А., 2018

На сучасному етапі розвитку перед багатьма підприємствами постає питання щодо необхідності стратегічного управління фінансовою діяльністю на підставі наукової методології передбачення її напрямів і форм, адаптації до загальних цілей розвитку підприємства та нестабільних умов зовнішнього фінансового середовища. Основним інструментом стратегічного управління фінансовою діяльністю підприємств є фінансова стратегія.

Питання розробки та реалізації фінансової стратегії підприємства висвітлено у працях зарубіжних і вітчизняних науковців, серед них Ансофф І., Портер М., Бланк І., Іванюта С., Бутиріна В., Гриньов А., Ткачук І. та ін.

Метою написання статті є визначення стратегічної позиції підприємства із застосуванням методу матричного аналізу Франшона–Романе, а також виявлення подальших перспектив розвитку цього суб'єкта господарювання.

Метод Франшона–Романе виділяється серед інших тим, що дає змогу не тільки визначити поточне положення компанії з точки зору фінансового ризику, але й розглядати ситуацію в динаміці, прогнозувати зміни фінансової стратегії залежно від зміни важливих показників діяльності, а також планувати майбутній стан компанії, змінюючи ці показники та знижуючи рівень фінансового ризику [2].

Для визначення позиції підприємства у матриці фінансових стратегій необхідно розрахувати три показники: результат господарської діяльності, результат фінансової діяльності та результат фінансово-господарської діяльності.

Результат господарської діяльності (РГД) є сумою коштів, наявних у розпорядженні підприємства після вирахування витрат і фінансування виробничого розвитку. За додатного значення підприємство має власні кошти для фінансування свого розвитку, за від'ємного – через нестачу власних має потребу у позикових коштах.

Результат фінансової діяльності (РФД) є зміною обсягу заборгованості підприємства, скоригованою на обсяг витрат. Додатне значення показника 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 [3].

Результат фінансово-господарської діяльності (РФГД) характеризує обсяг вільних грошових засобів підприємства. Додатне значення вказує на забезпеченість підприємства вільними грошовими засобами для фінансування інших напрямів діяльності, від'ємне – про їх дефіцит, що може спричинити зменшення ліквідності або зниження потенціалу підприємства.

Методику розрахунку показників матриці фінансової стратегії Франшона–Романе подано в табл. 1 [3].

Таблиця 1

Методика розрахунку показників матриці фінансової стратегії

Показник	Формула	Позначення
РГД	$РГД = БР - ΔФЕП - ΔОФ + ІД$	*БР* – брутто-результат від експлуатації інвестицій; *ΔФЕП* – зміна фінансово-експлуатаційних потреб; *ΔОФ* – зміна первісної вартості основних фондів за звітний період; *ІД* – інші доходи
РФД	$РФД = ΔПК - Вф - ПП - Д + Дук - Вук - ФІд + Дф$	*ΔПК* – зміна позикового капіталу за звітний період; *Вф* – фінансові витрати; *ПП* – податок на прибуток від звичайної діяльності; *Д* – виплачені дивіденди; *Дук* – дохід від участі в капіталі; *Вук* – втрати від участі в капіталі та інші витрати; *ФІд* – довгострокові фінансові інвестиції; *Дф* – інші фінансові доходи
РФГД	$РФГД = РГД + РФД$	*РГД* – результат господарської діяльності; *РФД* – результат фінансової діяльності

На підставі значень описаних показників здійснюється оцінка стратегічної фінансової діяльності підприємства із застосуванням матриці Франшона–Романе, вигляд якої подано в табл. 2 [5].

У табл. 2 зображено лінію фінансової рівноваги підприємства, що проходить по головній діагоналі матриці від квадрантів 1 до 3, тобто положення у цих квадрантах характеризується станом рівноваги на підприємстві.

Детальний опис квадрантів матриці та можливі альтернативи зміни стану фінансової рівноваги у кожному випадку подано в табл. 3 [5].

Таблиця 2

Матриця фінансових стратегій (фінансової рівноваги) Франшона–Романе

Значення показників	***РФД* < 0 гальмування**	***РФД* → 0 стабілізація**	***РФД* > 0 зростання**
РГД > 0 повільне зростання	1. *РФГД* → 0 Батько сімейства	4. *РФГД* > 0 Рантьє	6. *РФГД* >> 0 Холдинг
РГД → 0 повільне зростання	7. *РФГД* < 0 Епізодичний дефіцит	2. *РФГД* → 0 Стійка рівновага	5. *РФГД* > 0 Атака
РГД < 0 форсоване зростання	9. *РФГД* < < 0 Криза	8. *РФГД* < 0 Дилема	3. *РФГД* → 0 Нестійка рівновага

Таблиця 3

Характеристика квадрантів матриці Франшона–Романе

№	**Позиція**	**Характеристика**	**Можливість переходу**
1	Рівновага на підприємстві	Ефективна господарська діяльність, наявність умов для самофінансування та розвитку, зменшення заборгованості за рахунок додатного фінансового результату від господарської діяльності	4; 2; 7
2		Стала фінансова стійкість підприємства, власних коштів достатньо для виробничого фінансування розвитку. Обсяги заборгованості практично не змінюються або змінюються лише в міру фінансових. Структура джерел фінансування є оптимальною, планові обсяги діяльності повністю забезпечені фінансовими ресурсами	1; 3; 5; 7; 4; 6
3		Забезпечення збереження платоспроможності лише за рахунок нарощування заборгованості, існують передумови для виникнення кризи	8; 2; 5
4	Успіх (збільшення ліквідних коштів)	Існують вільні кошти для здійснення проектів за умови використання позикового капіталу	1; 2; 7
5		Посилення можливості активної експансії, виробничі потреби повністю забезпечено власними фінансовими ресурсами	2; 6; 8
6		Фінансування не лише власного розвитку, а й створення дочірніх підприємств, сприяння залученню додаткових кредитів; наявні всі можливості для подальшого ефективного розвитку	4; 5
7	Дефіцит ліквідних коштів	Дефіцит ліквідних коштів через розрив між термінами надходження та витрачання коштів	2; 8; 9
8		Дефіцит коштів є пов'язаним зі зниженням рівня економічної прибутковості	7; 9
9		Кризовий стан підприємства, необхідність згортання інвестицій, потреба у фінансовій підтримці	7; 8

Із застосуванням матриці фінансових стратегій виконано оцінку стратегічної фінансової діяльності підприємства ПрАТ «Зевс Кераміка». Ключові показники діяльності підприємства, необхідні для побудови матриці, подано на рис. 1 [5].

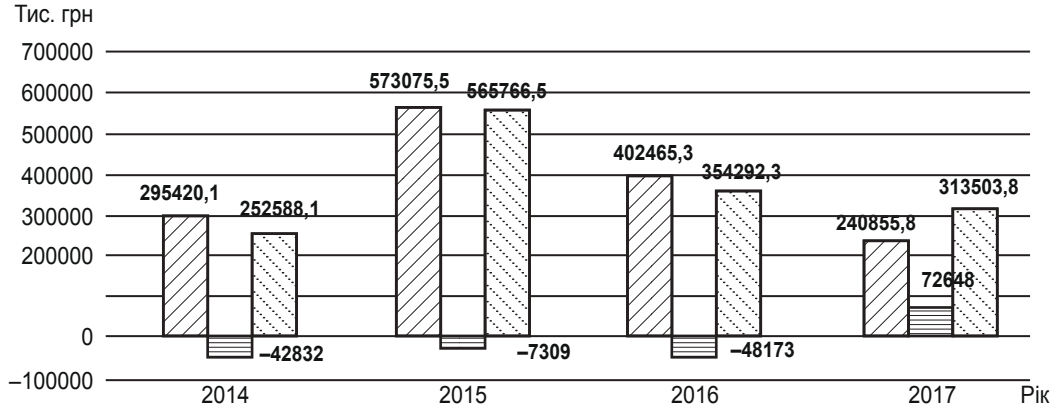


Рис. 1. **Значення показників матриці стратегій ПрАТ «Зевс Кераміка», 2014–2017 рр.**

За даними (рис. 1) побудовано позиціювання досліджуваного підприємства (табл. 4) [5].

Таблиця 4

Позиціонування ПрАТ «Зевс Кераміка» у матриці фінансових стратегій, 2014-2017 рр.

Показник	*РФД* < 0	*РФД* → 0	*РФД* > 0
РГД > 0	**1**	**4** 2015, 2014, 2016, 2017	**6**
РГД → 0	**7**	**2**	**5**
РГД < 0	**9**	**8**	**3**

За результатами проведеного аналізу бачимо, що у 2014–2015 рр. позиція ПрАТ «Зевс Кераміка» у матриці фінансових стратегій відповідала квадранту 4 «Рантьє», тобто у розпорядженні підприємства були вільні кошти для реалізації проектів за умови використання позикового капіталу. Динаміка ключових показників (рис. 1) є позитивною, тому можна стверджувати, що керівництво підприємства надає перевагу використанню власних коштів для фінансування його розвитку, тобто дотримується принципу самофінансування.

Станом на 2017 р. підприємство має можливість переходу до квадранта 1 «Батько родини», квадранта 2 «Стійка рівновага» та квадранта 7 «Епізодичний дефіцит». Найсприятливішим для підприємства є його позиціонування у квадранті 1, квадрант 2 має проміжне становище за обома критеріями, характеризується стійкою фінансовою рівновагою. За таких умов підприємство має найбільшу кількість можливих варіантів зміни фінансового стану [2; 3].

Підприємство задовольняється помірними порівняно зі своїми можливостями темпами зростання обігу й підтримує заборгованість на нейтральному рівні. За такої ситуації все залежить від рівня і динаміки економічної рентабельності. За невисокого та практично незмінного рівня економічної рентабельності ризик зміни значення ефекту важеля (унаслідок підвищення процентних ставок) і конкуренція тягнуть підприємство до квадранта 1 або 7. За підвищеної і (або) зростаючої економічної рентабельності підприємство може розпочати підготовку до диверсифікації виробництва або до нарощування обігу та переходу до квадранта 2 [3; 4].

Таким чином, аналіз позиціонування підприємства дає підстави говорити про ефективність його господарської діяльності в останні роки. Перехід у стан рівноваги на підприємстві можливий за рахунок залучення позикових ресурсів і збільшення результату від фінансової діяльності. Загалом ситуацію на підприємстві можна охарактеризувати як перспективну із можливістю подальшого розвитку. .

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

Література: 1. Забаріна К. Ф., Нечаєва І. А. Особливості використання інструментів стратегічного менеджменту. *Економічний аналіз.* 2014. № 3. С. 37–43. **2.** Семенов А. Г. Матриця фінансових стратегій. *Вісник економічної науки України.* 2008. № 2. С. 139–146. **3.** Горова О. О. Аналіз стратегічних альтернатив підприємства на основі позиціонування в матриці фінансової рівноваги. *Управління розвитком.* 2013. № 18. С. 110–114. **4.** Рибінцев В. О. Особливості стратегічного аналізу зовнішнього середовища виноробних підприємств України в ринкових умовах. *Проблеми системного підходу в економіці.* 2012. № 1. С. 41–48. **5.** Дорофеев М. Л. Особенности применения матрицы финансовых стратегий Франшона и Романе в стратегическом финансовом анализе компании. *Финансы и кредит.* 2009. № 23. С. 51–56.

НАПРЯМИ ВДОСКОНАЛЕННЯ АКЦИЗНОГО ОПОДАТКУВАННЯ З ОГЛЯДУ НА ПОЛОЖЕННЯ УГОДИ ПРО АСОЦІАЦІЮ МІЖ УКРАЇНОЮ ТА ЄВРОПЕЙСЬКИМ СОЮЗОМ

УДК 336.227.8

Кулик А. С.

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

Анотація. *Проаналізовано положення Директив Ради Європейського Союзу щодо оподаткування підакцизних товарів. Розроблено рекомендації для гармонізації із цим документом українського законодавства. Запропоновано шляхи зміни структури та ставок акцизного податку, застосовуваних до алкогольної продукції.*

Ключові слова: *податок, оподаткування, акциз, акцизний податок, підакцизні товари, тютюнові вироби, алкогольна продукція, гармонізація законодавства.*

Аннотация. *Проанализированы положения Директивы Совета Европейского Союза о налогообложении подакцизных товаров. Разработаны рекомендации для гармонизации с этим документом украинского законодательства. Предложены пути изменения структуры и ставок акцизного налога, применяемых к алкогольной продукции.*

Ключевые слова: *налог, налогообложение, акциз, акцизный налог, подакцизные товары, табачные изделия, алкогольная продукция, гармонизация законодательства.*

Annotation. *Analyzed the provisions of the Directive of the Council of the European Union on the taxation of excisable goods. Recommendations for harmonization with this document of Ukrainian legislation have been developed. The ways of changing the structure and excise tax rates applied to alcohol products are proposed.*

Keywords: *tax, taxation, excise, excise tax, excisable goods, tobacco products, alcoholic beverages, harmonization of legislation.*

За сучасних умов економічної регресії держава повинна застосовувати ефективні інструменти державного втручання в економіку з метою подолання економічного спаду. Насамперед це передбачає стягнення державних податків з усіх суб'єктів економіки, що мають будь-який дохід, ураховуючи при цьому успішний досвід країн Європейського Союзу, які перебували в подібній ситуації.

Актуальність цього питання підтверджується нагальною потребою у його врегулюванні за допомогою пошуку альтернативних видів об'єкта оподаткування, зокрема щодо прибуткових галузей економічної діяльності. Передусім це підакцизні галузі, які виробляють шкідливі для здоров'я товари і завдяки рекламним носіям збагачують свій капітал.

Фіскальна потужність акцизу та значний його регулюючий потенціал зумовили жвавий інтерес науковців до механізму справляння цього платежу. Зокрема, теоретичним основам функціонування акцизного оподаткування присвячено праці Бланкарта Ш., Озерова І., Крисоватого І., Янжула І. та ін. Проблемам оптимізації акцизного оподаткування з позиції фіскальної достатності та економічної ефективності присвячено наукові дослідження Андрущенка В., Буряковського В., Мельника В., Федосова В., Юрія С., Соколовської А., Крисоватого А., Луніної І. та ін. Однак, з огляду на спрямованість економіки країни на подальшу інтеграцію до Європейського Союзу слід розглянути це питання саме у контексті євроінтеграції.

Метою написання статті є розробка рекомендацій щодо вдосконалення вітчизняного законодавства як результату аналізу положень Угоди про асоціацію між Україною та Європейським Союзом і порівняння із дійсними законодавчими актами щодо оподаткування акцизним податком.

На сьогодні зростання надходжень непрямих податків у країнах Європейського Союзу відбулося в межах реалізації заходів фіскального зміцнення, де одним з основних факторів було збільшення рівня використання акцизного податку на шкідливі для здоров'я підакцизні товари.

На підставі аналізу частки акцизного податку в ціні реалізації алкогольних напоїв і тютюнових виробів в Україні можна стверджувати, що цей показник є нижчим аналогічного у країнах Європейського Союзу. Однак, визначення оптимального рівня акцизної складової повинно враховувати можливість досягнення компромісу між

© Кулик А. С., 2018

виконанням акцизним податком фіскальної та регулятивної функції, оскільки оподаткування алкогольних напоїв і тютюнових виробів понад критичну межу поряд зі скороченням рівня споживання таких товарів може спричинити зростання споживання контрабандної або фальсифікованої продукції та спад вітчизняного виробництва підакцизної продукції.

Для подальшого розвитку національної економіки запропоновано як напрями вдосконалення акцизного оподаткування в контексті виконання положень Угоди про асоціацію між Україною та Європейським Союзом зміни:

– у законодавстві;

– структури та ставок акцизного податку, застосовуваного до тютюнових виробів;

– структури та ставок акцизного податку, застосовуваного до алкогольної продукції [4].

На підставі аналізу Директив Ради Європейського Союзу та податкового законодавства України розроблено рекомендації щодо напрямів удосконалення Податкового кодексу України (табл. 1) [2; 5; 6].

Згідно із Директивою Ради 2011/64/ЄС від 21.06.2011 р. про структуру та ставки акцизів, застосовуваних до тютюнових виробів, необхідно гармонізувати структуру акцизних зборів на тютюнову продукцію. Вимогами Угоди про асоціацію встановлено обов'язкову імплементацію Директиви 2011/64/ЄС, що засвідчує необхідність однакової бази оподаткування для всіх держав-членів.

Щодо алкогольної продукції, необхідно гармонізувати вітчизняне податкове законодавство із загальними правилами визначення основних елементів акцизного податку на спирт та алкогольні напої згідно із Директивою 92/83/ЄЕС (табл. 2) [2; 5; 6].

Таблиця 1

Напрями вдосконалення Податкового кодексу України згідно із Директивами Ради ЄС

№	Директива	Пропозиція	Очікуваний результат
1	Поетапне запровадження ставок на підакцизні товари згідно із умовами та у терміни, установлені Радою	Уряду України розробити й упровадити план-графік підвищення ставок на акцизну продукцію, а також узгодити норми Бюджетного та Податкового кодексів України, підвищувати ставки акцизного податку тільки на початку року, з урахуванням індексу споживчих цін та індексу цін виробників промислової продукції	Дасть змогу виробникам акцизної продукції пристосуватися до економічних змін, не зменшить надходження до державного бюджету
2	Об'єктом оподаткування акцизних товарів є: а) їх виробництво, включаючи, якщо належить, видобування на території Співтовариства; б) їх імпорт на територію Співтовариства	Об'єктом оподаткування акцизних товарів мають бути тільки ті операції, що безпосередньо стосуються виробництва (видобування) та імпорту таких товарів	Запобігання подвійному оподаткуванню, боротьба з контрафактною продукцією
3	Контроль за шахрайством і контрабандою в країні, що ставлять під загрозу досягнення цілей у боротьбі проти вживання тютюну та щодо охорони здоров'я	Розробити схему боротьби з тіньовими ринками та контрафактною продукцією	Дасть змогу уникнути зменшення податкових надходжень до бюджету, зменшить кількість отруєнь неякісною контрафактною продукцією

Таблиця 2

Пропозиції щодо зміни структури та ставок акцизного податку, застосовуваних до алкогольної продукції

№	Директива	Пропозиція	Очікуваний результат
1	**2**	**3**	**4**
1	У структурі спирту та алкогольних напоїв виділено такі акцизні категорії: пиво; вино; зброджені напої, інші, ніж вино та пиво; проміжні товари; етиловий спирт	Установлення однакового визначення всіх підакцизних товарів, що входять до акцизної категорії «спирт та алкогольні напої», одиниці вимірювання бази оподаткування для ісіх підакцизних категорій, загальні підходи до встановлення ставок акцизного податку для кожної категорії підакцизних товарів, а також можливості й умови використання пільгових ставок податку	Вимогами Угоди про асоціацію встановлено обов'язкову імплементацію Директиви 92/83/ЄС, що засвідчує необхідність однакової бази оподаткування для всіх держав-членів

Закінчення табл. 2

1	2	3	4
2	Акцизний податок, що стягується державами-членами на пиво, встановлюється щодо кількості гектолітрів/градусів за шкалою Плато або кількості гектолітрів/градусів фактичної алкогольної міцності за обсягом кінцевого продукту	Застосовування однакової бази оподаткування, використання як одиниці вимірювання саме міцності кінцевого продукту	За застосування цього методу нарахування ставки відсотка державам-членам надається можливість використання заниженої ставки оподаткування на пиво, яке належить до категорії з фактичною міцністю до 2,8 %, тоді як пиво вищої алкогольної міцності оподатковувати за стандартною ставкою
3	Міцність неігристого вина до 18 % за умови, що спирт, який міститься у кінцевому продукті, має повністю ферментне походження, а ігристе вино – відповідно міцністю до 15%	Застосування європейських стандартів класифікації міцності вина	Уникнення перешкод у імпортно-експортній структурі зовнішньоекономічної діяльності України, зокрема експорту підакцизних товарів на європейські ринки

Отже, підсумовуючи викладене, можна зробити висновок, що

– Угода про асоціацію України з Європейським Союзом вимагає від України оподаткування всіх гармонізованих підакцизних товарів, які є обов'язковими для оподаткування в ЄС;

– однакового визначення як необхідної умови однозначної ідентифікації підакцизних товарів в Україні і країнах Європейського Союзу;

– упровадження однакових підходів до визначення податкової бази й установлення податкових ставок на товари однієї акцизної категорії, упровадження однакових податкових пільг, що є обов'язковими для надання в усіх країнах Європейського Союзу.

Основними результатами теоретичного та практичного характеру, отриманими автором відповідно до завдань дослідження, є:

– пропозиція щодо запровадження акцизного оподаткування послуг, що є пов'язаними з рекламою шкідливих для здоров'я підакцизних товарів; рекомендовано для цього внесення змін до розділу VI Податкового кодексу України, зокрема доповнення:

– ст. 212 Податкового кодексу України «Платники податків»: особа, яка здійснює маркетингову діяльність з метою збільшення обсягів продажу, забезпечення такого самого рівня продажу або запобігання падінню рівня продажу спирту етилового та інших спиртових дистилятів, алкогольних напоїв, пива;

– ст. 213 Податкового кодексу України «Об'єкти оподаткування»: здійсненням маркетингової діяльності, що є пов'язаною з просуванням товарів і проведенням дослідно-аналітичної діяльності у сфері реалізації спирту етилового та інших спиртових дистилятів, алкогольних напоїв, пива;

– ст. 214 Податкового кодексу України «База оподаткування»: вартість маркетингової діяльності, що є пов'язаною з просуванням товарів і проведенням дослідно-аналітичної діяльності у сфері реалізації спирту етилового та інших спиртових дистилятів, алкогольних напоїв, пива.

Таким чином, реалізація рекомендацій щодо вдосконалення акцизного оподаткування в умовах положень Угоди про асоціацію між Україною та Європейським Союзом дасть змогу, з одного боку, гармонізувати українське законодавство із законодавством ЄС, що є необхідною умовою інтеграції, а також збільшити надходження податків до державного бюджету та більшою мірою реалізувати регулюючу функцію акцизного податку.

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

Література: 1. Угода про асоціацію між Україною, з однієї сторони, та Європейським Союзом, Європейським співтовариством з атомної енергії і їхніми державами-членами, з іншої сторони : Міжнародний документ від 21.03.2014 № 984_011 // База даних «Законодавство України» / Верховна Рада України. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/984_011/ed20140321. **2.** Про внесення змін до Податкового кодексу України та деяких законодавчих актів України щодо забезпечення збалансованості бюджетних надходжень у 2018 році : Закон України від 07.12.2017 № 2245-VIII // База даних «Законодавство України» / Верховна Рада України. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2245-19/ed20171207. **3.** Податковий кодекс України : Закон України від 02.12.2010 № 2755-VI // База даних «Законодавство України» / Верховна Рада України. URL: http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2755-17. **4.** Соколовська А. М. Податкові аспекти acquis ЄС як орієнтири удосконалення акцизного податку в Україні. *Фінанси України.* 2016. № 12. С. 21–44. **5.** Про гармонізацію структур акцизних зборів на алкоголь та алкогольні напої : Директива Ради 92/83/ЄЕС від 19.10.1992 № 994_430 // База даних «Законодавство України» / Верховна

Рада України. URL: http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/994_430. **6.** Про наближення акцизних зборів на спирт та алкогольні напої : Директива Ради 92/84/ЄЕС від 19.10.1992 № 994_431 // База даних «Законодавство України» / Верховна Рада України. URL: http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/994_431.

ОСОБЛИВОСТІ ОБІГУ КРИПТОВАЛЮТ В УКРАЇНІ

УДК 336.76

Левіцька О. В.

Студент 3 курсу
фінансового факультету ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Досліджено історію виникнення криптовалюти. Визначено її економічну сутність, розглянуто основні види й особливості обігу. Конкретизовано позицію Національного банку України та інших фінансових регуляторів щодо криптовалюти. Обґрунтовано необхідність визначення правового статусу та процедури використання криптовалюти як форми електронних грошей.*

Ключові слова: *цифрові гроші, фінансовий регулятор, криптовалюта, блокчейн, майнінг, криптогаманець, обіг криптовалюти.*

Аннотация. *Исследована история возникновения криптовалюты. Определена ее экономическая сущность, рассмотрены основные виды и особенности обращения. Конкретизирована позиция Национального банка Украины и других финансовых регуляторов относительно криптовалюты. Обоснована необходимость определения правового статуса и процедуры использования криптовалюты как формы электронных денег.*

Ключевые слова: *цифровые деньги, финансовый регулятор, криптовалюта, блокчейн, майнинг, криптокошелек, оборот криптовалюты.*

Annotation. *The history of the emergence of cryptocurrency. Its economic essence is determined, the main types and characteristics of circulation are considered. The position of the National Bank of Ukraine and other financial regulators regarding cryptocurrency has been specified. The necessity of determining the legal status and procedures for the use of cryptocurrency as a form of electronic money is substantiated*

Keywords: *digital money, financial regulator, cryptocurrency, blockchain, mining, cryptocell, cryptocurrency turnover.*

Криптовалюта – це цифрова (віртуальна) валюта, одиницею якої є монета, захищена від підробки. По суті криптовалюта – це зашифрована інформація, скопіювати яку неможливо. Криптовалюта емітується безпосередньо в мережі і ніяк не пов'язана з будь-якою валютою або з державною валютною системою. Це її суттєва відмінність від звичайних грошей, які перш ніж з'явитися на рахунку в електронному вигляді мають бути спочатку внесені на рахунок у грошовому еквіваленті.

Платіжна система криптовалют базується на принципах децентралізації, анонімності учасників, незалежності від впливу держави, відсутності єдиного центру контролю.

Вивченням і моніторингом використання криптовалютних та інших фінансових інновацій займаються науковці Кейсі М., Вінья П., Баффет У., Белфорт Д., Абрамович М., Журавка Ф., Ковальчук Т. та ін.

Актуальність досліджень щодо використання криптовалюти у грошово-кредитній сфері є зумовленою проблемами, із якими стикається суспільство у процесі розвитку інформаційної економіки та електронної комерції.

© Левіцька О. В., 2018

Це передусім проблеми довіри, волатильності, визначення правового статусу криптовалюти, ризиків інформаційних атак, заборони з боку окремих держав тощо.

Для населення країн, що розвиваються, актуальною є проблема збереження власних заощаджень та їх інвестування задля отримання прибутку. Тому за наявності слабких інститутів і нестабільних національних валют застосовування криптовалют має особливе значення. Цей процес можна назвати доларизацією 2.0, коли замість того, щоб використовувати валюту іншої країни, наприклад долар США, деякі з країн розпочнуть застосовувати криптовалюти через зміну переваг споживачів щодо нових валют, які є доступнішими та безпечнішими, ніж існуючі [4].

Цифрові активи/гроші – криптовалюта (з англ. – cryptocurrency), що створюється на основі блокчейн-технології, дозволяють розв'язати наявні проблеми, мінімізувати витрати з боку учасників фінансово-грошової системи. Поширеним визначенням сутності криптовалюти у різних інформаційних джерелах є тлумачення її як специфічного активу, фінансового інструменту, цифрової (віртуальної) валюти, яка існує в електронному виді, а одиницею криптовалюти є монета (від англ. – coin). Зауважимо, що у нормативно-правовому полі України термін «валюта» класифікується як національна та іноземна і трактується як грошові знаки у різних формах, що є законними платіжними засобами. Форми валют є різними, і електронний вид валют (електронні гроші) є, як відомо, сучасною формою їх представлення. Криптовалюта емітується безпосередньо в електронній мережі і не є пов'язаною з жодною «звичайною» валютою і жодною державною валютною системою.

Криптографічний код захищає криптовалюту, що дає змогу будь-якому користувачу-оператору здійснювати її емісію в обхід дій і позиції центробанку. Блокчейн-технологія є розподіленою базою даних, яка потребує відповідного ІТ-забезпечення і базується на спеціальних алгоритмах шифрування. Випуск (майнінг), обіг та облік таких одиниць є децентралізованим, відсутній зовнішній чи внутрішній адміністратор процесу майнінга. Ключовою особливістю є те, що криптовалюти не мають меж свого утворення й обігу (поширення). Різновид збору компаніями коштів із використанням криптовалют називають ICO (з англ. Initial Coin Offering) як аналог розміщення цінних паперів на біржі (IPO – Initial Public Offering). В обмін на власну криптовалюту клієнти компаній отримують від останніх так звані токени – іншу криптовалюту, яку можна обміняти на продукт компанії-андерайтера [2].

На сьогодні у світі існують доволі багато криптовалют (Bitcoin, Litecoin, Ethereum, Peercoin), але найвідомішою зі швидким розвитком є Bitcoin (біткойн). Нині існує понад 2 тис. віртуальних валют, понад 600 серед них є активними, а ринкова вартість тридцяти валют перевищує 1 млрд дол. Найпопулярнішими з них є Bitcoin (BitCoin, або BTC) та Ethereum, які існують і як гроші, і як платіжні системи. За даними сайту Coin Market Cap, сумарний обсяг ринку криптовалюти на вересень 2017 р. становив 156 млрд дол., а біткойни становлять 45 % загальної вартості ринку. Біткойн є найпоширенішою новою криптовалютою, віртуальними грошима, цифровим золотом, новим поколінням децентралізованої цифрової валюти, електронним засобом, однією з найпопулярніших альтернатив традиційним валютам. Її було створено у 2009 р. програмістом (або групою програмістів) під псевдонімом Сатосі Накамото, випуск гарантується алгоритмом [5].

Вважають, що останній біткойн здобудуть у 2140 р., коли винагорода за відкритий блок становитиме 0,00000001 біткойна. На сьогодні випущено понад 16 млн біткойнів – це становить 76 % їх можливої кількості. Видобування криптовалюти відбувається за допомогою роботи мільйонів комп'ютерів по всьому світу, із використанням програми для обчислення математичних алгоритмів [3].

Із 2009 р. видобутком біткойнів почали займатися на домашніх комп'ютерах. Однак, із часом вирішення цього завдання ставало все складнішим, тому розпочалося створення біткойн-ферм, які використовують спеціальне потужне обладнання. Одна із найбільших світових ферм із майнінгу біткойнів, що належить компанії Bitmain, розташована в індустріальному парку San Shang Liang (місто Ордос, внутрішня Монголія – автономний регіон Китаю). Сьогодні місто стало столицею майнінгу – процесу підтвердження транзакцій і створення нових біткойнів у системі цифрової валюти.

Згідно із Bitfury Group частки світових потужностей з видобутку електронної валюти на сьогодні виглядають таким чином: лідирує Китай – 60 %, США і Канада сукупно – 16 %, Грузія – 6 %, а європейські країни – 5 %. Обіг біткойну характеризується низькою швидкістю операцій (сім операцій на секунду, для порівняння: у систем Visa і Maater Card – близько 2000 транзакції за секунду). Поступово біткойну довелося розпастися на кілька варіацій, і 1 серпня 2017 р. з'явився Bitcoin Cash, його вартість одразу становила 460 дол., а у вересні опустилася до 256 дол. Це вже інша цифрова валюта, що виникла шляхом додаткового розгалуження, вона є частиною блоків іншого формату. Цифрова платіжна система працює на основі блокчейн-технології [5].

У вересні 2017 р. в Україні вперше було укладено угоду придбання нерухомості – житла за криптовалюту Ethereum на суму 60000 дол. із використанням спеціального смарт-контракту. З'явилася інформація про перші розрахунки біткойнами в мережі харчування. Населення самотужки все більше пробує «майнувати» у цифровій фінансовій площині. Фактично ці приклади свідчать про експерименти використання нового фінансового інструменту. Розрахуватися цифровими грошима, зокрема біткойнами, можна за різні товари й послуги. Цю валюту

приймають такі відомі компанії: Dell, Microsoft, Virgin Galactic, Alza, мережа закладів харчування PizzaForCoins.com, Whole Foods, Helen's Pizza, Tesla, Apple's App Store, навіть політичні партії у вигляді пожертв, зокрема The Libertarian Party.

В Україні список компаній, що приймають цифрові гроші та біткойни, значно вужчий, це ПриватБанк, Ukrainian iPhone Service, кав'ярня Kava Like, «Еко-лавка», деякі кафе та ресторани Києва й Одеси, окремі навчальні курси, сервіси білетів на виставки, кіно, цирк.

Нині біткойн усе ще залишається нішевим платіжним засобом, розвиток якого може продовжитися за одним із двох сценаріїв. У першому випадку він має можливість стати аналогом основної валюти, яка широко використовуватиметься для купівлі-продажу та накопичення, без необхідності обміну на державну валюту в певному регіоні; другий – використання як всесвітньо визнаної електронної валюти, за допомогою якої можна проводити оплату в будь-якій країні.

Зазначимо, що криптовалюта є формою електронних грошей, а не самостійним платіжним засобом. Статус форми електронних грошей (а не самостійної валюти) підтверджується «незалежністю» криптовалюти від емісійної політики центробанків та інструментарною непідпорядкованістю центробанку як єдиному емісійному центру. Термін «криптовалюта» значною мірою є продуктом зручності синтаксису. Криптовалюти та їх обіг мають регулюватися як фінансові активи та інструменти. На це спрямована і Директива 2004/39/ЄС від 21.04.2004 р. «Про ринки фінансових інструментів» – MiFID (EU Market in Financial Instruments Directive) і MIFID II від 2011 р. (остання набула чинності 03.01.2018 р.) [2].

Центральні банки разом із економічними урядовими установами повинні модернізувати грошово-кредитну політику, відкриту новим ідеям і новим викликам інструментальних трансформацій кругообігу капіталу. В Україні на сьогодні має місце правова невнормована прогалина в цьому питанні. Рестрикційні обмеження і застереження мають бути підвідомчими як запобіжний (що і є на сьогодні), а не постійний регуляторний важіль. Питання фінансової безпеки можуть бути врегульовані посиленням функцій нагляду.

Таким чином, розглянуто доцільність операцій із використанням криптовалют як аспект венчурного інвестування. Досвід Японії, Швейцарії, США та Англії в цьому питанні має бути використаний як фарватерний, відповідна діяльність і фінансові послуги повинні ліцензуватися державою як вид професійної діяльності. Вказано на необхідність визначення правового статусу та процедури використання криптовалюти як форми електронних грошей. Визначено, що основою правовідносин на ринку фінансових послуг України є договір між сторонами (ст. 6 Закону України «Про фінансові послуги та державне регулювання ринків фінансових послуг») [6]. Обґрунтовано необхідність створення державою умов і забезпечення прозорості укладання контрактів щодо ринку криптовалют. Вважаємо за доцільне розглянути питання створення спеціального криптовалютного венчурного фонду в Україні для підтримки технологічних стартапів вітчизняних науковців-дослідників для фінансування власного інтелектуального капіталу.

Науковий керівник – канд. екон. наук, викладач Давиденко Д. О.

Література: 1. Журавка Ф. О. Проблемні аспекти сучасного розвитку валютного ринку України. *Проблеми і перспективи розвитку банківської системи України.* 2011. № 31. С. 80–89. **2.** Любин Д. Блокчейн и криптовалюты в 2018 году: 18 предсказаний от ConsenSys. URL: https://cryptojournal.ru/82-consensys-1a04db28c879?gi=ba36dfbdb0683. **3.** Белфорт Д. Метод волка с Уолл-стрит. Откровения лучшего продавца в мире. М. : Альпина Паблишер, 2018. 286 с. **4.** Ковальчук Т. Новації у сфері грошових систем та деякі їх особливості. *Банківська справа.* 2014. № 1. С. 3–12. **5.** Кейси М., Винья П. Эпоха криптовалют. Как биткойн и блокчейн меняют мировой экономический порядок. М. : Манн, Иванов и Фербер, 2017. 432 с. **6.** Про фінансові послуги та державне регулювання ринків фінансових послуг : Закон України від 12.07.2001 № 2664-III // База даних «Законодавство України» / Верховна Рада України. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2664-14/ed20010712.

ПРИБУТОК І РЕНТАБЕЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА: СУТНІСТЬ, ПОКАЗНИКИ ТА ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ

УДК 658.155

Ліпницька М. В.

Студент 3 курсу
факультету консалтингу і міжнародного бізнесу ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Проаналізовано сутність і систему показників прибутку та рентабельності підприємств (організацій). Розглянуто механізм формування фінансових результатів суб'єктів господарювання. Визначено фактори впливу, окреслено шляхи підвищення прибутку та рентабельності підприємства.*

Ключові слова: *підприємство, організація, виробництво, суб'єкт господарювання, фінанси, фінансова стратегія, фінансово-господарська діяльність, фінансовий результат, ефективність, прибуток, рентабельність.*

Аннотация. *Проанализированы сущность и система показателей прибыли и рентабельности предприятий (организаций). Рассмотрен механизм формирования финансовых результатов субъектов хозяйствования. Определены факторы влияния, намечены пути повышения прибыли и рентабельности предприятия.*

Ключевые слова: *предприятие, организация, производство, субъект хозяйствования, финансы, финансовая стратегия, финансово-хозяйственная деятельность, финансовый результат, эффективность, прибыль, рентабельность.*

Annotation. *The essence and system of indicators of profit and profitability of enterprises (organizations) are analyzed. The mechanism of formation of financial results of business entities is considered. The factors of influence are determined, the ways of increasing the profit and profitability of the enterprise are outlined.*

Keywords: *enterprise, organization, production, business entity, finance, financial strategy, financial and economic activity, financial result, efficiency, profit, profitability.*

За сучасних ринкових умов господарювання головним критерієм оцінки ефективності діяльності будь-якого підприємства є його прибутковість і рентабельність. Досягненню високого рівня показників сприяє глибоке економічне дослідження формування фінансових результатів діяльності як основи прийняття зважених рішень щодо їх економічного регулювання, впливу факторів, які формують такі результати. Традиційні методологія і методика оцінки ефективності виробництва орієнтовані передусім на валові показники, проблема формування фінансових результатів при цьому залишається другорядною, отже, за сучасних умов потребує вирішення. Оскільки прибутковість підприємств залежить не тільки від валових показників виробництва, економічне дослідження фінансових результатів має надавати інформацію про кількісний і якісний вплив на них не тільки економіко-організаційних і технологічних факторів, які формуються безпосередньо на підприємстві, а й зовнішніх: кон'юнктури, цінової та податкової політики, паритетності взаємин із виробниками сировини.

Механізм формування фінансових результатів підприємства подано на рис. 1 [2].

Прибуток – це об'єктивна економічна категорія товарно-грошових відносин, яка охоплює широке, дуже багатогранне коло суспільних відносин, пов'язаних з утворенням, розподілом і використанням додаткового продукту, що знаходить відображення в економічних відносинах між робочим і підприємством, між підприємствами однієї і різних галузей виробництва у процесі їх господарської діяльності, між підприємствами і державою через банківську систему. Прибуток показує абсолютний ефект діяльності підприємства без урахування ресурсів, вкладених підприємством для здійснення своєї діяльності. Тому його слід доповнювати показниками рентабельності, які і характеризують ступінь прибутковості підприємства [1].

Рентабельність – це якісний, вартісний показник, що характеризує рівень віддачі вкладених витрат або рівень використання ресурсів, які є в наявності у підприємства, пов'язаний із досягненням певного господарського результату. Підприємство є рентабельним, якщо сума виручки від усіх видів діяльності звітного періоду покриває не тільки витрати, але і її достатньо для утворення прибутку.

Отже, рентабельність характеризує результативність (ефективність) роботи підприємства, дає уявлення про здатність підприємства збільшувати свій вкладений капітал. Характеристики прибутку, одержуваного підприємством від виробничо-господарської діяльності, подано на рис. 2 [2; 4].

© Ліпницька М. В., 2018

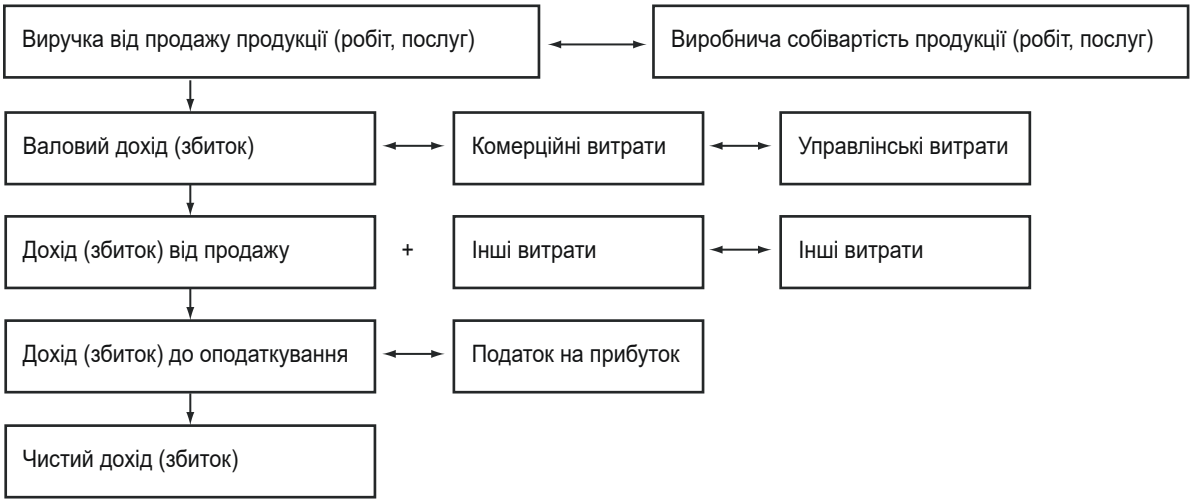


Рис. 1. **Механізм формування фінансових результатів підприємства**

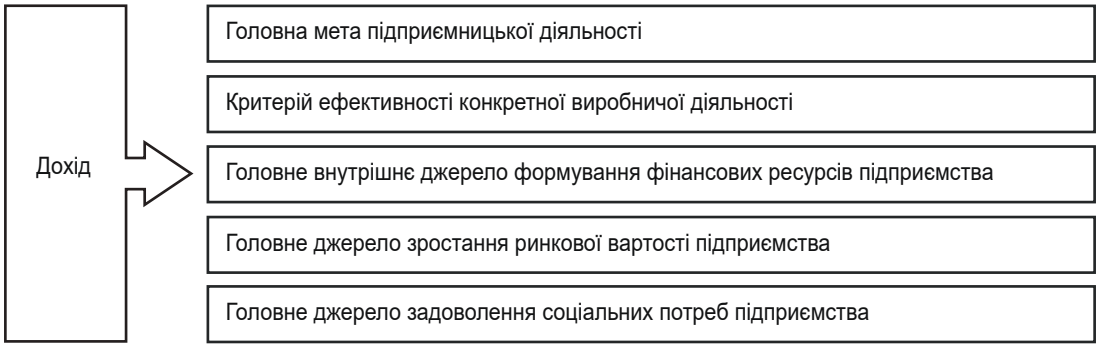


Рис. 2. **Сутнісні характеристики прибутку від виробничо-господарської діяльності підприємства**

Рентабельність підприємства формується під впливом групи взаємопов'язаних факторів, які по-різному впливають на результати господарської діяльності підприємства (як позитивно, так і негативно). У зв'язку із цим їх класифікують за різними критеріями (за порядком формування, джерелами формування, видами діяльності). Структуру системи показників рентабельності унаочнено на рис. 3 [2; 4].

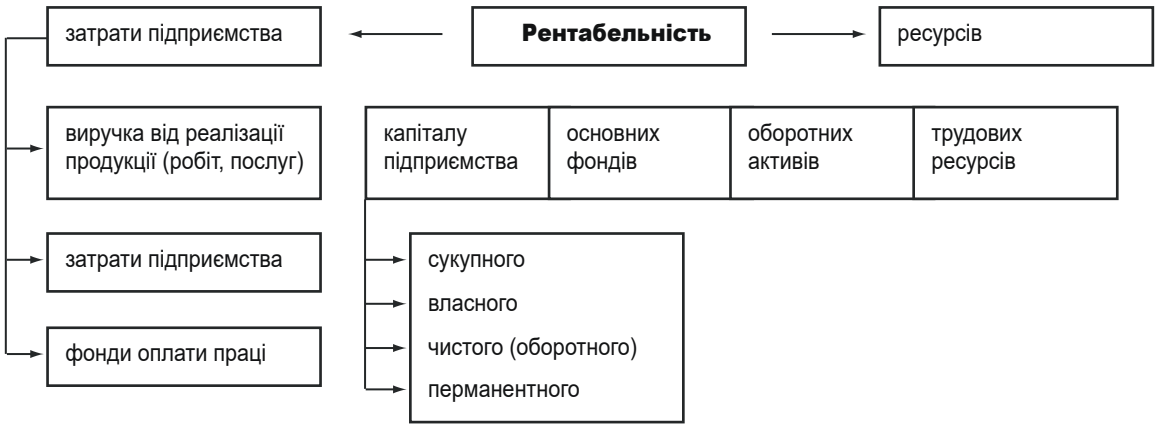


Рис. 3. **Система показників рентабельності підприємства**

Фактори, що впливають на величину фінансових результатів звітного періоду, подано на рис. 4 [4].

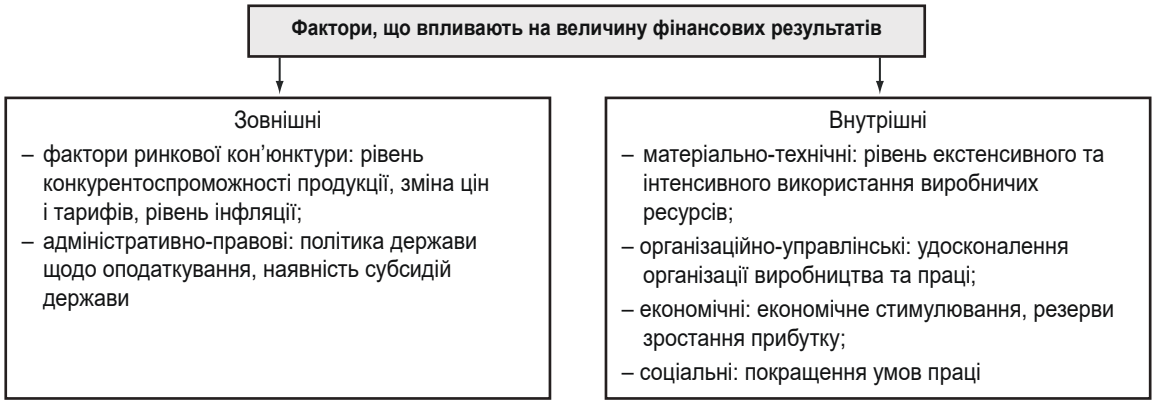


Рис. 4. **Фактори, що впливають на величину фінансових результатів підприємства**

Таким чином, прибуток як підсумковий фінансовий результат діяльності підприємств являє собою різницю між загальною сумою доходів і витратами на виробництво та реалізацію продукції з урахуванням збитків від різних господарських операцій звітного періоду. Показники рентабельності повніше, ніж прибуток, характеризують підсумкові результати господарювання, оскільки їх величина відображає співвідношення ефекту з вкладеним капіталом або спожитими ресурсами.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Сапрун Г. Г.

Література: 1. Мельник М. В., Кривцов А. И., Горлова А. В. Комплексный экономический анализ : учебное пособие. М. : Инфра-М, 2014. 368 с. **2.** Савицкая Г. В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия : учебник. М. : Инфра-М, 2017. 378 с. **3.** Ионова Ю. Г., Косоруков И. В., Кешокова А. А., Панина Е. В. Экономический анализ : учебник / под общ. ред. И. В. Косоруковой. М. : МФПА, 2012. 432 с. **4.** Войтоловский Н. В., Калинина А. П., Мазурова И. И. Экономический анализ : учебник для бакалавров / под ред. Н. В. Войтоловский, А. П. Калининой, И. И. Мазуровой. М. : Юрайт, 2015. 620 с.

SEARCH ENGINE OPTIMIZATION

UDC 004.5

A. Lobusova

The 4-th year student
of the Faculty of Economic Informatics of KhNEU S. Kuznets

Annotation. *The main methods of website optimization and promotion are considered. The effects of each optimization method are specified. It is proved that only the competent use of a set of methods will have a positive impact and contribute to the optimization and promotion of the site.*

Keywords: *website, search engine, search engine optimization, algorithm settings, SEO, keywords, website promotion, white optimization, gray optimization, black optimization, webmaster.*

Анотація. *Розглянуто основні методи оптимізації та просування сайту. Конкретизовано ефекти кожного з методів оптимізації. Обґрунтовано, що тільки грамотне використання сукупності методів матиме позитивний вплив і сприятиме оптимізації та просуванню сайту.*

© A. Lobusova, 2018

Ключові слова: *сайт, пошукова система, оптимізація пошукової системи, налаштування алгоритмів, SEO, ключові слова, просування сайту, біла оптимізація, сіра оптимізація, чорна оптимізація, веб-майстер.*

Аннотация. *Рассмотрены основные методы оптимизации и продвижения сайта. Конкретизированы эффекты каждого из методов оптимизации. Обосновано, что только грамотное использование совокупности методов будет оказывать положительное влияние и способствовать оптимизации и продвижению сайта.*

Ключевые слова: *сайт, поисковая система, оптимизация поисковой системы, настройки алгоритмов, SEO, ключевые слова, продвижение сайта, белая оптимизация, серая оптимизация, черная оптимизация, веб-мастер.*

Introduction. Search engine optimization is a set of measures for raising the site's position in the results of the search engines' results for certain user requests. Usually, the higher the position of the site in the search results, the more interested visitors will go to it from the search engines [1].

In the early days of the Internet, search engine optimization was not that difficult. For the rank in the search engine, all that was needed was to put the keyword in the name and metatags, and after that the site could already be easily found in search engines. This, however, led to the manipulation of keywords. This is an increase in the frequency and (or) density of keywords on the page. Search engines caught up with tricks and suggested that webmasters use one more factor that will affect the position of the site in the search results.

Search engines are constantly trying to change the settings of their algorithms so that SEO experts do not stay ahead of the game [2].

The novelty and topicality of this article are to wien knowledge of search engine optimization.

The purposes of this article are to study the notion of search engine optimization and of its types. The main method of choosing information is descriptive one.

Methods of optimization. Optimization methods can be divided into three classes, but the latest developments in the world of search engines make it clear that this separation is very arbitrary: any manipulation of certain site parameters can be regarded by the search engine as an extremely undesirable influence on its results [3; 4].

The fundamentals of search engine optimization are keywords. Since users of search engines find the desired site by entering the desired word or phrase in the search string, and the search engines execute the user's order, they are taken for searching for the necessary words and sentences in the sites indexed by them. Work on the content of the site and bringing it to a state that best meets the requirements of search engines is called the influence on internal factors. Let's consider the basic methods of site optimization.

White optimization. White optimization – search optimization (adjustment of the code, text and other parameters of the site to the algorithms of search engines in order to raise its positions in the issue), in which prohibited and unscrupulous methods of promotion are not applied.

When using the «white» promotion methods, the webmaster does not try to deceive the search engines and does not violate their rules, and web pages promoted with the help of white optimization are useful both for Internet users, and for search engines and the webmasters themselves.

White optimization includes a number of works:

– development of the semantic core (selection of keywords with which the site will be promoted);

– develop the structure of the site and work with its usability;

– technical audit of the site;

– optimization of the site's html-code (conclusion in meta-tags of keywords, descriptions);

– creating new web pages for the semantic coverage of the site;

– optimization of the site texts;

– compiling a robots.txt file, which makes the site pages inaccessible to search robots [4].

To date search engines are actively introducing new algorithms that make it difficult to use prohibited methods of optimization, and so natural optimization today becomes more and more meaningful, although it is not the simplest method.

Gray optimization. To gray search engine optimization can be attributed the addition of a large number of keywords in the text of the page, often to the detriment of human readability. Also, optimization consists first of selecting key queries for a particular web page, determining the size of the targeted SEO text and the required frequency of keywords in it, and then in formulating sentences and phrases containing the key queries a certain number of times in different cases, singular and plural, with different forms of verbs. In this case, the SEO-copywriter's task is to write the original text in such a way that such optimization is as less noticeable as possible to the «live» reader [4].

Another way is to use doorways without redirection. Dorvei is a type of search spam, a web page specially optimized for one or more search queries.

Gray optimization differs from black in that it is not officially banned, but its use can still be regarded as unnatural overstating the popularity of the site.

Black optimization. Black optimization – optimization, aimed at increasing the position of the site in search results in ways that disapprove of search engines.

Methods of black optimization:

– text spamdexing – a special technical technique, which is based on a special saturation of the web page with keywords;

– doorways – specially designed web pages, when hit on which the user is forcibly redirected using automatic redirection to the landing page;

– redirect – forced, not requested by the user to go to another address or download another document in the current browser;

– cloaking is a special method of hiding the search spam, in which the user of the network is given one information in the browser, and the search robot is completely different;

– swapping – optimization of the web pages of the site to achieve high positions in the SERP, and after reaching these positions – making significant changes until the page content is completely replaced [4].

Search engines have learned to discover almost all the black methods of search engine promotion. If before the redirect and «doorways» were a very successful way of optimization, then at the moment such sites are quickly removed from the results of issuance.

Conclusion. Nowadays, there are very few companies, which do not have a site on the Internet, because the Internet today is becoming increasingly important. The site carries the additional advertising products and services of the company, thereby increasing income and the influx of potential buyers. Moreover, additional trading floors can be arranged on site as well as be able to increase the profitability of the company (examples of such shops we meet everywhere, for example mobile network sites, such as Messenger, Euroset). But as in real life, there is fierce competition, and helps SEO professionals help to be in foreground in the network.

Supervisor – teacher Polezhaeva O. V.

Literature: 1. Search engine optimization. URL: https://en.wikipedia.org/wiki/Search_engine_optimization. **2.** SEO Basics: Complete Beginner's Guide to Search Engine Optimization. URL: https://www.wordstream.com/blog/ws/2015/04/30/seo-basics. **3.** Types of SEO. URL: https://www.whatisseo.com/types-of-seo.html. 4. White Hat, Black Hat & Grey Hat SEO. URL: https://www.verticalrail.com/kb/white-black-grey-hat-seo.

МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ ДО ОЦІНКИ ФІНАНСОВОГО СТАНУ ПІДПРИЄМСТВА

УДК 005.585:658.14/.17

Максимовська А. О.

Студент 3 курсу
факультету консалтингу і міжнародного бізнесу ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Розглянуто методичні підходи до оцінки фінансового стану підприємства. Охарактеризовано методи, найчастіше використовувані для оцінки фінансового стану суб'єкта господарювання. Обґрунтовано необхідність формування єдиної системи методичних підходів до оцінки фінансового стану підприємства.*

Ключові слова: *підприємство, організація, виробництво, суб'єкт господарювання, фінанси, баланс, фінансово-господарська діяльність, фінансова стійкість, фінансова звітність, фінансовий коефіцієнт.*

Аннотация. *Рассмотрены методические подходы к оценке финансового состояния предприятия. Охарактеризованы методы, наиболее часто используемые для оценки финансового состояния субъекта хозяйствования. Обоснована необходимость формирования единой системы методических подходов к оценке финансового состояния предприятия.*

Ключевые слова: *предприятие, организация, производство, субъект хозяйствования, финансы, баланс, финансово-хозяйственная деятельность, финансовая устойчивость, финансовая отчетность, финансовый коэффициент.*

Annotation. *Considered methodical approaches to assessing the financial condition of the company. The methods most commonly used to assess the financial condition of a business entity are characterized. The necessity of forming a unified system of methodological approaches to assessing the financial condition of the company has been substantiated.*

Keywords: *enterprise, organization, production, business entity, finance, balance, financial and economic activity, financial stability, financial reporting, financial ratio.*

Сутністю фінансового стану підприємства є отриманий результат від діяльності, що окреслює перспективні напрями його розвитку. Необхідність аналізу й оцінки фінансового стану підприємств є зумовленою тим, що чимало сучасних підприємств не в змозі своєчасно та якісно оцінювати свій фінансовий стан, у перспективі така ситуація перешкоджатиме ефективному веденню господарської діяльності. За сучасних умов важливим завданням є вдосконалення фінансового стану підприємства за допомогою точної оцінки та прийняття своєчасних управлінських рішень.

Теоретичні та методичні основи оцінки фінансового стану підприємства неодноразово ставали ключовим моментом багатьох наукових досліджень і практичних розробок. Дослідженням фінансового стану підприємства займалися і займаються Бланк І. А., Піскунов О. Г., Хотомлянський О. Л., Белінська Я. В., Іонін Є. Є., Борисова В. А., Чернелевський Л. М., Макарчук І. М. та ін. Однак, накопичений досвід розробки й використання методів оцінки фінансового стану підприємства потребує їх детальної класифікації залежно від мети здійснення із урахуванням вимог сучасного менеджменту.

Метою написання статті є систематизація методичних підходів до оцінки фінансового стану підприємств залежно від мети її здійснення й обґрунтування необхідності створення єдиної системи методичних підходів, адаптованої до сучасних реалій господарювання вітчизняних підприємств.

В економічній літературі існують безліч методичних підходів до оцінки фінансового стану. У наукових джерелах традиційно виділяють методи, які у загальних рисах можна розподілити на:

– засновані на аналізі балансу підприємства (горизонтальний, вертикальний, трендовий аналіз, метод фінансових коефіцієнтів);

– евристичні, засновані на неформальних, інтуїтивних підходах та узагальненні досвіду розв'язання аналогічних завдань;

– експертних оцінок;

– економіко-математичні [1].

Зважаючи на загальне охоплення та глибину аналізу фінансового стану, слід виділити експрес-аналіз і комплексний аналіз. Останнім часом багато науковців і практиків підкреслюють важливість здійснення саме експрес-аналізу, який дає змогу на підставі обмеженої кількості розрахунків надати об'єктивну оцінку досліджуваного

© Максимовська А. О., 2018

напряму, що дозволяє прийняти обґрунтовані управлінські рішення. Основною відмінністю експрес-аналізу порівняно із комплексним аналізом фінансового стану є ступінь деталізації аналітичних розрахунків [2].

Комплексний аналіз дає змогу всебічно оцінити фінансовий стан підприємства на підставі одночасного й узгоджуваного вивчення сукупності різних параметрів, що всебічно характеризують фінансово-господарську діяльність. Першочерговим завданням проведення оцінки фінансового стану є чітке окреслення мети та завдань його здійснення. Найчастіше внутрішніми службами підприємства оцінка фінансового стану здійснюється з метою впровадження певних заходів щодо його зміцнення та виявлення основних напрямів подальшого розвитку підприємства. З іншого боку, постійним завданням у межах функціонування системи раннього попередження та реагування в процесі здійснення фінансово-господарської діяльності є діагностика банкрутства підприємства, що дозволяє вчасно запобігти небажаним наслідкам. Зовнішня оцінка фінансового стану може проводитися акціонерами, кредиторами, інвесторами, податковими органами, підприємствами-партнерами. Однак, найчастіше вона зводиться до оцінки кредитоспроможності, оскільки за сучасних умов зростає потреба підприємств у позиковому капіталі. Відповідно до наведених цілей вибирають методику здійснення аналізу фінансового стану. Найуживанішим у практиці господарювання вітчизняних підприємств є аналіз фінансових коефіцієнтів [2].

Як правило, оцінка проводиться за групами показників майнового стану, фінансової стійкості, платоспроможності та ліквідності, прибутковості, ділової активності. Класифікація груп, їх склад і методика розрахунку показників, які закріплені у нормативних документах різних міністерств і відомств, а також представлених у різноманітних наукових доробках, істотно різняться, чим обумовлено відсутність єдиного підходу до оцінки фінансового стану.

Останні роки набули поширення методики, що надають можливість інтерпретації результатів оцінки фінансового стану на підставі одного узагальнюючого показника. Але їх різноманіття, відсутність певної систематизації, чіткого алгоритму здійснення розрахунків та умов застосування ускладнюють їх використання у практичній діяльності підприємств. До того ж істотною проблемою використання більшості методик є відсутність нормативних значень фінансових показників, що враховують галузеві особливості функціонування підприємств, статичність фінансового аналізу, непридатність деяких західних методик до вітчизняних умов господарювання, низький рівень інформативності фінансової звітності. Стислу характеристику основних методичних підходів до оцінки фінансового стану підприємства подано в табл. 1 [4; 5].

Таблиця 1

Характеристика основних методів оцінки фінансового стану

Метод	Характеристика
Метод фінансових коефіцієнтів	Передбачає розрахунок певних показників, що характеризують фінансову стійкість, платоспроможність і ліквідність, рентабельність діяльності, майновий стан і ділову активність підприємства. Алгоритм розрахунку коефіцієнтів залежить від обраної методики, затвердженої нормативними документами
Оцінка фінансового стану із використанням абсолютних показників	Застосовують для оцінки окремих сторін фінансового стану: – для характеристики рівня фінансової стійкості з боку прибутковості підприємства із використанням результатів маржинального аналізу; – визначення типів фінансової стійкості за критерієм стабільності джерел покриття запасів
Рейтингова оцінка	Полягає у класифікації підприємств за певними ознаками, виходячи з фактичного рівня показників фінансового стану і рейтингу кожного показника; перевагою є можливість ранжування низки підприємств за обраною ознакою
Бальна оцінка	Полягає у проведенні аналізу фінансових коефіцієнтів шляхом порівняння отриманих значень із нормативними величинами й отриманні узагальнюючого показника, вираженого в балах
Матрична оцінка	Базується на побудові матриці сукупності фінансових показників, що перетворюється на матрицю стандартизованих коефіцієнтів; дає змогу здійснювати порівняльну рейтингову оцінку за певними показниками. З іншого боку, може використовуватися при складанні матричних балансів, балансів грошових надходжень і витрат
Інтегральна оцінка	Дає змогу визначити інтегральний показник на підставі застосування різноманітних методичних підходів. При цьому інтегральний показник може характеризувати як окремі складові, так і фінансовий стан підприємства в цілому
Дискримінантні моделі	Дають змогу визначити ймовірність настання банкрутства на підставі розробки або використання інтегральної моделі аналізу фінансового стану підприємства. Виділяють однофакторні (коефіцієнт Бівера У., Вайбеля П.) та багатофакторні моделі (модель Альтмана Е., Ліса Р., Таффлера Р., Спрінгейта Г., Терещенка О., Савицької Г. та ін.)

Таким чином, формування єдиної системи методичних підходів до оцінки фінансового стану підприємств й розробка детального алгоритму їх застосування сприятиме об'єктивному визначенню статичної та потенційної

можливості розвитку фінансово-господарської діяльності підприємств, забезпеченню їх фінансовими ресурсами, підвищенню якості прийняття управлінських рішень, що забезпечуватиме підвищення фінансових результатів і досягнення тактичних і стратегічних цілей функціонування підприємств різних галузей економіки.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Сапрун Г. Г.

Література: 1. Борисова В. А. Методологічні основи аналізу фінансового стану підприємств агропромислового виробництва. *Фінанси України.* 2000. № 10. С. 63–68. **2.** Хотомлянський О. Л., Знахуренко П. А. Комплексна оцінка фінансового стану підприємства. *Фінанси України.* 2007. № 1. С. 111–117. **3.** Белінська Я. В., Биховченко В. П. Механізм забезпечення фінансової стабільності: структура, інструменти, напрями розвитку. *Стратегічні пріоритети.* 2012. № 1. С. 72–84. **4.** Макарчук І. М. Теоретичні основи оцінки фінансового стану підприємства. *Економічний вісник університету.* 2011. № 17. С. 205–211. **5.** Піскунов О. Г., Метеленко Н. Г., Лободзиньска Т. П. Еволюція підходів до комплексної оцінки фінансового стану підприємства. *Економічний вісник Національного технічного університету України «КПІ».* 2009. № 6. С. 80–88.

КОММУНИКАЦИИ В МАРКЕТИНГЕ

УДК 658.8:659.1

Малышева Д. В.

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

Аннотация. *Исследована сущность, цели, особенности и значение управления маркетинговыми коммуникациями. Обосновано, что маркетинговые коммуникации способствуют продвижению товара и услуг.*

Ключевые слова: *предприятие, организация, фирма, маркетинг, коммуникации, маркетинговые коммуникации, позитивный имидж фирмы, товар, услуги, потребитель.*

Анотація. *Досліджено сутність, мету, особливості та значення управління маркетинговими комунікаціями. Обґрунтовано, що маркетингові комунікації сприяють просуванню товару та послуг.*

Ключові слова: *підприємство, організація, фірма, маркетинг, комунікації, маркетингові комунікації, позитивний імідж фірми, товар, послуги, споживач.*

Annotation. *The essence, goals, features and value of marketing communications management are investigated. It is substantiated that marketing communications contribute to the promotion of goods and services.*

Keywords: *enterprise, organization, company, marketing, communications, marketing communications, positive image of a company, product, services, consumer.*

В прошлом компании часто рассматривали элементы коммуникации как отдельные виды деятельности, в то время как в настоящее время маркетинговая философия считает, что интеграция абсолютно необходима для достижения успеха.

В условиях насыщенного рынка недостаточно разработать новый качественный товар, установить на него оптимальную цену и выбрать эффективные каналы распределения. Все большее значение для управления предприятием приобретает такая составляющая комплекса маркетинга, как методы продвижения товара, под которыми понимают совокупность маркетинговых решений. Система маркетинговых коммуникаций фирмы направлена

© Малышева Д. В., 2018

на информирование, убеждение, напоминание потребителям о ее товаре, поддержке его сбыта, а также создании позитивного имиджа фирмы.

Одним из важнейших элементов организации маркетинговой деятельности является построение и внедрение ее стратегии. Важнейшей составляющей маркетинговой политики становится политика продвижения продукции компании на рынке.

Продвижением можно считать любую форму сообщений, с помощью которых фирма информирует и убеждает людей, а также напоминает им о своих товарах, услугах, идеях, общественной деятельности или других действиях, оказывающих влияние на общество [4].

Актуальность данной темы состоит в том, что с помощью маркетинговых коммуникаций фирма может значительно улучшить свое положение на рынке. Для успешного достижения цели необходимо владеть высоким уровнем знаний в этой области и рассматривать управление маркетинговыми коммуникациями не только как тщательно продуманную специфическую деятельность, но и как философию руководства.

Целью написания статьи является исследование процесса управления маркетинговыми коммуникациями.

Маркетинговые коммуникации следует рассматривать как управление процессом продвижения товара на всех этапах: перед продажей, в момент продажи, во время потребления, после потребления. Для наибольшей эффективности коммуникационные программы необходимо разрабатывать специально для каждого сегмента, рыночной ниши и даже отдельных клиентов. При этом очень существенна как прямая, так и обратная связь между фирмой и клиентами. Первым этапом коммуникационного процесса является аудит всех потенциальных возможностей взаимодействия компании и ее продукта с клиентами [3].

Маркетинговые коммуникации можно разделить на три группы: основные, поддерживающие, дополнительные (рис. 1) [1].

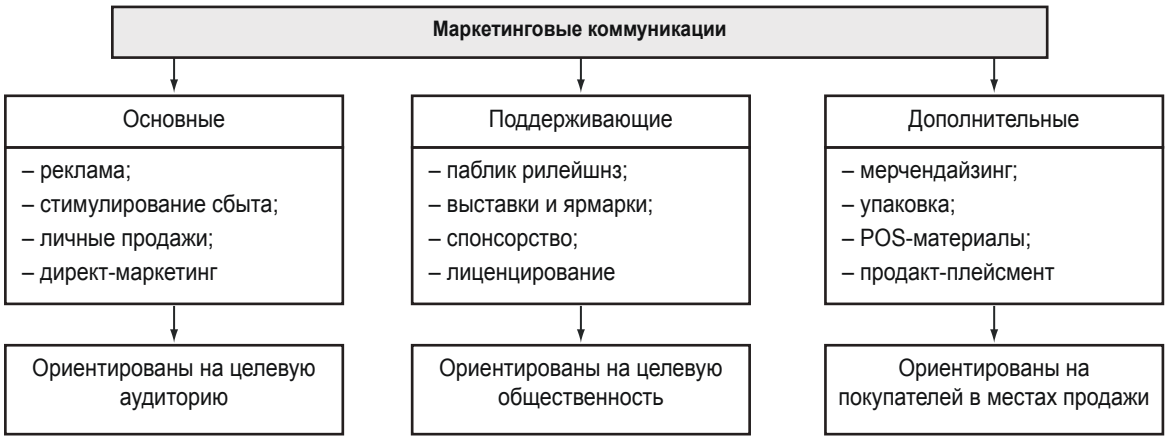


Рис. 1. **Комплекс маркетинговых коммуникаций**

Основные маркетинговые коммуникации служат средством непосредственного продвижения товара, услуги, торговой марки и ориентированы на целевую аудиторию. К основным маркетинговым коммуникациям относятся реклама, стимулирование сбыта, личные продажи и директ-маркетинг.

Поддерживающие маркетинговые коммуникации выполняют функцию продвижения самой организации в маркетинговой среде, формируют ее имидж в обществе и ориентированы на целевую общественность. К поддерживающим маркетинговым коммуникациям относятся паблик рилейшнз (связи с общественностью), выставки, ярмарки, сувенирную продукцию, спонсорство и лицензирование.

Дополнительные маркетинговые коммуникации ориентированы на потребителей и продвижение в местах продажи. К таким маркетинговым коммуникациям относятся мерчандайзинг, упаковка, рекламные материалы в местах продажи, дегустации и др. В зависимости от конкретной товарной категории этот список может быть расширен и дополнен [1].

В социальном аспекте на уровне организации коммуникация выполняет информационную, командную, интеграционную и убеждающую роль. Внутри предприятия первичную роль играет иерархическое распределение полномочий между работниками, формирующее определенные потребности в коммуникациях, общность и двусторонность намерений работников, особенности правил коммуникации [2].

В современной концепции управления, кроме традиционных принципов, очень важно соблюдение принципа коммуникативности. Коммуникация осуществляется для создания и поддержания необходимых связей и контактов, как со всеми субъектами маркетинга, так и внутри организации. Ее эффективность тесно связана с устранением помех, возникающих в процессе коммуникации.

Интеграция маркетинговых коммуникаций требует создания в рамках структуры службы маркетинга отдела, занимающегося координацией всей работы по организации коммуникаций, их планированию и контролю. Организация процесса коммуникаций зависит от места фирмы в рыночных структурах.

Сложностью процессов коммуникации, невозможностью проведения эксперимента в реальной жизни обусловлена необходимость их моделирования, которое целесообразно проводить в соответствии с этапами жизненного цикла товара (услуги). Такой подход дает возможность наиболее полно охватить все направления и уровни, с оптимальной отдачей использовать ресурсы [5].

Маркетинговые коммуникации позволяют осуществить передачу сообщений потребителям, чтобы сделать продукты и услуги компании привлекательными для целевой аудитории.

Предприятия постоянно продвигают свою деятельность, пытаясь реализовать несколько целей:

– проинформировать перспективных потребителей о своем продукте, услугах, условиях продаж;

– убедить покупателя отдать предпочтение именно этим товарам и маркам;

– сделать покупки в определенных магазинах, посетить именно эти увеселительные мероприятия и др.;

– заставить покупателя действовать, т. е. купить то, что рынок предлагает в данный момент, а не откладывать покупку на будущее [4].

Эти цели достигаются с помощью рекламы, продавцов, названий магазинов, оформления витрин, упаковки, рассылки литературы, раздачи бесплатных образцов, купонов, пресс-релизов и других коммуникационных и продвигающих видов деятельности. Совокупность этих способов достижения целей называют управлением продвижением, или маркетинговыми коммуникациями. Маркетинговые коммуникации могут быть целенаправленными, как в случае рекламы и персональных продаж, или нецеленаправленными (хотя и оказывающими определенное воздействие), к таким относятся внешний вид продукта, упаковка и цена [2].

Таким образом, маркетинговые коммуникации представляют собой процесс передачи информации о товаре целевой аудитории. Следует понимать, что ни одна фирма не в состоянии действовать сразу на всех рынках, удовлетворяя при этом запросы всех потребителей. Напротив, компания будет преуспевать лишь в том случае, если она нацелена на рынок, клиенты которого с наибольшей вероятностью будут заинтересованы в ее маркетинговой программе. Целевая аудитория представляет собой группу людей, которые получают маркетинговые обращения и имеют возможность реагировать на них.

Научный руководитель – канд. экон. наук, доцент Рубан В. В.

Литература: 1. Барнетт Д., Мориарти С. Маркетинговые коммуникации: интегрированный подход / пер. с англ. под ред. С. Г. Божук. СПб. : Питер, 2001. 864 с. **2.** Винкельманн П. Маркетинг и сбыт. Основы ориентированного на рынок управления компанией. М. : Издательский Дом Гребенникова, 2006. 660 с. **3.** Котлер Ф. Маркетинг менеджмент : экспресс-курс / пер. с англ. под ред. С. Г. Божук. СПб. : Питер, 2006. 464 с. **4.** Котлер Ф. Основы маркетинга. М. : Вильямс, 2007. 654 с. **5.** Синяева И. М., Земляк С. В., Синяев В. В. Маркетинговые коммуникации : учебник / под ред. Л. П. Дашкова. М. : Дашков и К°, 2007. 304 с.

МЕТОДИ ОЦІНКИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

УДК 005.332.4-047.44

Мальченко І. О.

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

Анотація. *Досліджено сутність, а також особливості застосування методів оцінки конкурентоспроможності підприємства. На підставі узагальнення й систематизації методів оцінки конкурентоспроможності їх розділено на дві групи: аналітичні та графічні. Конкретизовано особливості, умови та значення застосування кожного з цих методів.*

Ключові слова: *підприємство, організація, виробництво, суб'єкт господарювання, фінанси, конкуренція, конкурентоспроможність, експертна оцінка, матриця Бостонської консалтингової групи (БКГ), матриця Портера М., багатокутник конкурентоспроможності.*

Аннотация. *Исследованы сущность, а также особенности применения методов оценки конкурентоспособности предприятия. На основании обобщения и систематизации методов оценки конкурентоспособности они разделены на две группы: аналитические и графические. Конкретизированы особенности, условия и значение применения каждого из этих методов.*

Ключевые слова: *предприятие, организация, производство, субъект хозяйствования, финансы, конкуренция, конкурентоспособность, экспертная оценка, матрица Бостонской консалтинговой группы (БКГ), матрица Портера М., многоугольник конкурентоспособности.*

Annotation. *The essence, as well as features of the application of methods for assessing the competitiveness of the enterprise. Based on the generalization and systematization of methods for assessing competitiveness, they are divided into two groups: analytical and graphic. The features, conditions and significance of the application of each of these methods are specified.*

Keywords: *enterprise, organization, production, business entity, finance, competition, competitiveness, expert assessment, Boston Consulting Group (BCG) matrix, Porter M. matrix, competitiveness polygon.*

Конкурентоспроможність підприємства є однією з найважливіших категорій ринкової економіки, що характеризує його здатність створювати, виробляти і продавати товари та послуги, цінові й нецінові якості яких привабливіші, ніж у аналогічної продукції конкурентів. У зв'язку із цим аналіз підходів до її дослідження задля подальшої розробки заходів для зміцнення позиції та досягнення конкурентних переваг підприємства є актуальним.

Оцінка рівня конкурентоспроможності є предметом дослідження багатьох зарубіжних і вітчизняних науковців, серед них Котлер Ф., Ламбен Ж.-Ж., Портер М., Фатхутдинов Р., Базилевич В., Базилюк Я., Чепурна О., Яцура В., Жаліло Я. та ін. Однак, методи оцінки та діагностики конкурентоспроможності вимагають більш комплексного аналізу й обґрунтування з огляду на особливості національної економіки.

Категорії конкурентоспроможності підприємства та конкурентоспроможності продукції є тісно взаємопов'язаними. Критеріями конкурентоспроможності підприємства є цінність виготовленої підприємством продукції та цінність компанії як суб'єкта господарювання. Зміни, що відбуваються у зовнішньому середовищі вітчизняних підприємств, сприяють появі нових методів оцінки конкурентоспроможності підприємства. На підставі дослідження літературних джерел систематизовано методи оцінки конкурентоспроможності, що дало змогу розділити їх на дві групи – аналітичні та графічні (рис. 1) [1–4].

Розглянемо аналітичні методи оцінки конкурентоспроможності підприємства:

1) метод експертних оцінок застосовують у разі порівняння компаній галузі або регіону; у межах методу може бути використана інформація щодо результатів проведеного опитування споживачів, співробітників компанії, фінансова звітність підприємств та ін.

2) метод оцінки конкурентноспроможності базується на підході, згідно із яким між часткою ринку та рентабельністю підприємства існує тісний кореляційний зв'язок. Під ринковою часткою підприємства розуміють питому вагу його бізнес-операцій у загальному обсязі операцій на певному ринку. Збільшення або зменшення цього показника в інтервалі від 0 до 100 % свідчить про рівень конкурентоспроможності підприємства. Метод дає змогу

© Мальченко І. О., 2018

здійснити розподіл часток ринку і віднести підприємства до певних класів: аутсайдерів; компаній зі слабкою, середньою або сильною позицією на цільових ринках чи лідерів [1];

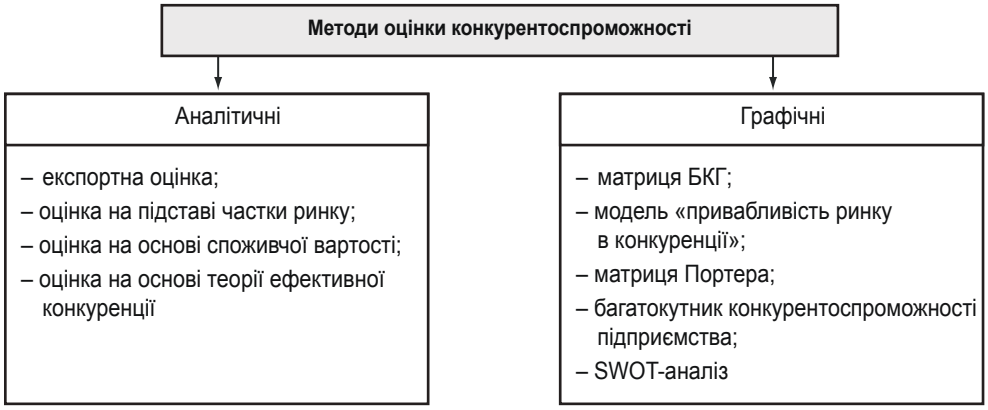


Рис. 1. **Методи оцінки конкурентоспроможності підприємства**

3) метод оцінки конкурентоспроможності підприємства на підставі норми споживаної вартості передбачає проведення оцінки сукупності прийнятих маркетингових, організаційних, а також управлінських рішень; дозволяє точніше оцінити реальні потреби потенційних споживачів і рівень підприємства через сукупну оцінку управлінських, маркетингових і організаційних рішень [2];

4) метод оцінки конкурентоспроможності підприємства на підставі теорії ефективної конкуренції; передбачає оцінку ефективності функціонування кожного з підрозділів компанії, використання ними обмежених ресурсів; у його основі – проведення оцінки за чотирма групами критеріїв конкурентоспроможності:

– показники, що відображають ефективність управління виробничим процесом підприємства: економічність виробничих процесів, раціональність використання основних фондів, ефективність використання технологій, організація праці персоналу;

– показники, що відображають ефективність управління наявними обіговими коштами: наявність незалежності підприємства від зовнішніх джерел фінансування, кредитоспроможність компанії, стабільний довгостроковий розвиток;

– показники, що дають змогу отримати уявлення про існуючу ефективность управління збутовою діяльністю та просуванням продукції на цільовому ринку;

– показники конкурентоспроможності продукції: якість виготовлених товарів та їх ціна.

Графічні методи оцінки конкурентоспроможності підприємства ґрунтуються на побудові певних матриць, графіків або «поля оцінювання»; серед них:

1) багатокутник конкурентоспроможності підприємства, що являє собою графічне поєднання отриманих оцінок стану компанії та конкурентів із найважливими напрямками діяльності (рис. 2) [4].

Накладаючи один багатокутник на інший, можна ідентифікувати наявні сильні та слабкі сторони підприємств один щодо іншого.

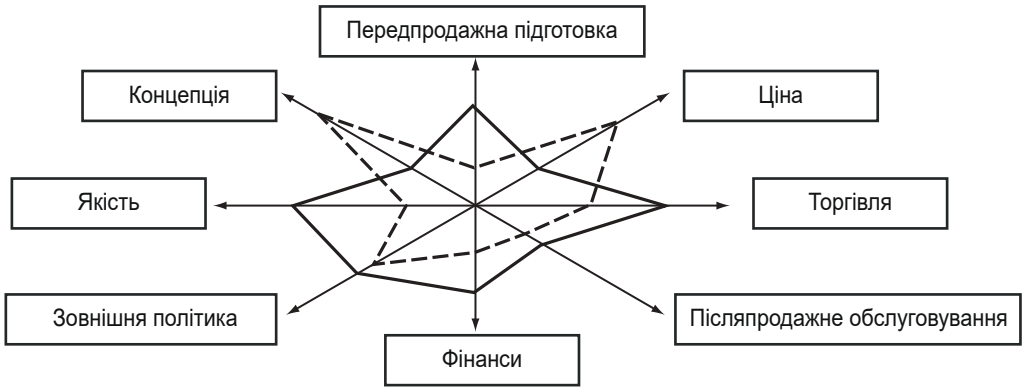


Рис. 2. **Приклад побудови багатокутників конкурентоспроможності двох підприємств**

2) матричний метод передбачає використання матриці Бостонської консалтингової групи, матриці «привабливість ринку – переваги в конкуренції», матриці Портера М., матриці SWOT-аналізу та ін. Так, в основі матриці Бостонської консалтингової групи (БКГ) лежить проведення аналізу конкурентоспроможності з урахуванням життєвого циклу продукції. Найбільш конкурентоспроможними вважають ті компанії, які мають відносно велику частку на швидко зростаючому ринку [3];

3) модель «привабливість ринку – переваги в конкуренції» являє собою вдосконалену матрицю БКГ; дозволяє визначити положення компанії на ринку відносно конкурентів, а також розробити конкретні практичні рекомендації щодо поліпшення поточного рівня конкурентоспроможності [2];

4) у основі матриці Портера М. – фактори, що є найбільш значущими для конкурентної позиції компанії. Метою побудови цієї матриці є забезпечення необхідного управління наявним портфелем продукції компанії та її фінансами; при цьому як основний фактор розглядаються конкурентні сили цільового ринку [4].

Таким чином, запропонована класифікація не є остаточною, а представляє основні методи, що є найефективнішими в практиці вітчизняних підприємств. Застосування цих методів має бути скоординовано відповідно до змісту, установлених параметрів і цілей стратегії розвитку конкретного підприємства.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Притиченко Т. І.

Література: 1. Кухарук А. Д. Класифікація та аналіз методів оцінки конкурентоспроможності промислових підприємств. *Проблеми системного підходу в економіці.* 2011. № 1. С. 137–146. **2.** Качалина Л. Н. Конкурентоспособный менеджмент. М. : Эксмо, 2006. 464 с. **3.** Драган О. І. Управління конкурентоспроможністю підприємств: теоретичні аспекти : монографія. Київ : ДАКККіМ, 2006. 160 с. **4.** Яцура В. В., Замроз М. В. Аналіз методів оцінки конкурентоспроможності підприємств. URL: http://www.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/Vviem/2011_2/18.pdf.

ПОДАТКОВІ ПЕРЕВАГИ ПРОМІЖНОЇ ХОЛДИНГОВОЇ КОМПАНІЇ ЯК ІНСТРУМЕНТУ ПОДАТКОВОГО ПЛАНУВАННЯ

УДК 336.228.32

Маніна А. С.

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

Анотація. *Обґрунтовано доцільність використання холдингових структур у процесі податкового планування на підприємстві. На підставі оцінки переваг і недоліків базових холдингових структур доведено, що холдинги є найоптимальнішою формою організації підприємства, оскільки дозволяють уникати подвійного оподаткування, знижувати податкові зобов'язання за допомогою міжнародних податкових угод, розподіляти кошти всередині компанії.*

Ключові слова: *податок, оподаткування, податкове планування, холдинг, податкові пільги, офшорна зона, міжнародна угода, подвійне оподаткування.*

Аннотация. *Обоснована целесообразность использования холдинговых структур при налоговом планировании на предприятии. На основании оценки преимуществ и недостатков базовых холдинговых структур доказано, что холдинги являются оптимальной формой организации предприятия, поскольку позволяют из-*

© Маніна А. С., 2018

бегать двойного налогообложения, снижать налоговые обязательства с помощью международных налоговых соглашений, распределять средства внутри компании.

Ключевые слова: *налог, налогообложение, налоговое планирование, холдинг, налоговые льготы, оффшорная зона, международное соглашение, двойное налогообложение.*

Annotation. *The expediency of using holding structures in tax planning at the enterprise has been substantiated. Based on the evaluation of the advantages and disadvantages of the basic holding structures, it is proved that holdings are the best form of organization for an enterprise, since they allow to avoid double taxation, reduce tax liabilities through international tax agreements, distribute funds within the company.*

Keywords: *tax, taxation, tax planning, holding, tax incentives, offshore zone, international agreement, double taxation.*

На сьогодні для керівництва компанії забезпечення комплексної безпеки бізнесу стає першочерговим завданням. У сучасній господарській практиці все більше комерційних організацій здійснюють бізнес у складі підприємницьких об'єднань. В Україні найпоширенішою формою інтегрованої структури є холдинг [1].

Існуючі в межах багатьох транснаціональних груп зв'язки між материнськими та дочірніми компаніями створюють структуру, що нагадує своєю формою піраміду, на вершині якої знаходиться головна материнська компанія – головний «мозковий» стратегічний центр, а фундаментом є спеціалізовані дочірні компанії різних сфер діяльності та їх філії. Холдингові компанії також беруть участь в управлінні дочірніми компаніями групи [2].

У європейській практиці міжнародного податкового планування склалися три основні моделі планування фінансової та ліцензійної діяльності за участю проміжної холдингової компанії. Кожну з трьох базових структур унаочнено на рис. 1 [1; 2].

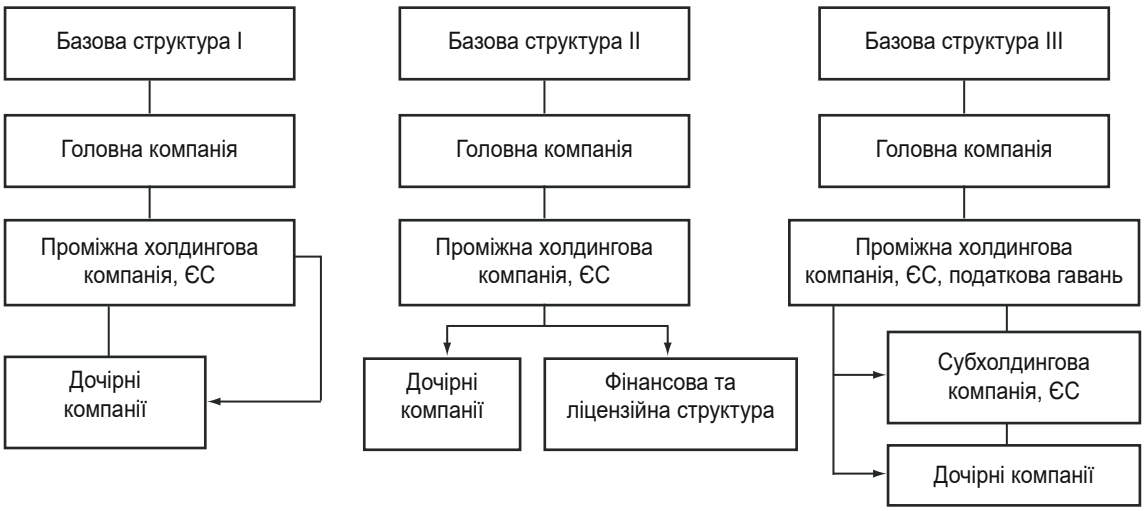


Рис. 1. **Базові структури холдингової компанії**

Найпростіший підхід або модель, зображена як базова структура I, є прикладом використання низькоподаткової, але не класичної податкової гавані (класичним офшором), юрисдикції Європейського Союзу які юрисдикції базування проміжної холдингової компанії, що займається безпосередньо фінансовою або ліцензійною діяльністю.

Як альтернатива може бути використана модель низькоподаткової філії, зображена як базова структура II. Ця модель отримала широке розповсюдження у транснаціональних структурах із холдинговою компанією на території Європейського Союзу. У цьому випадку, щоб провести фінансування або ліцензування, головний офіс відкриває (реєструє) дочірню компанію у низькоподатковій юрисдикції [3].

Іншим ефективним з податкової точки зору підходом є використання традиційного податкового оазису у багатоярусній структурі транснаціональної компанії (базова структура III), використовуючи у межах однієї структури субхолдінгову та проміжну холдингову компанію у податковій гавані, що надає позики і (або) ліцензує безпосередньо або побічно через холдингову компанію Європейського Союзу [1].

Автором було проаналізовано та систематизовано основні податкові переваги розташування холдингової компанії (рис. 2) [1–4].

Рис. 2. **Податкові переваги проміжної холдингової компанії**

Створення холдингової компанії на міжнародному та національному рівнях дає змогу не тільки розробити ефективну систему податкового планування, але і при цьому дотримуватися на всіх рівнях законодавства. Розглянемо детальніше деякі переваги створення проміжної холдингової компанії.

Так, при наданні внутрішньофірмових позик під завищені (занижені) відсотки задля перерозподілу фінансових потоків між компаніями транснаціональної групи, що передбачають пільговий режим оподаткування тільки частини виплачуваних відсотків, які відповідають ринковим за аналогічними кредитами, різницю буде оподатковано у джерела за відповідною податковою ставкою [2; 3].

Ще одним зі шляхів зниження податкового навантаження на підприємство є отримання кредиту від материнської компанії або партнера, які перебувають під іншою юрисдикцією. У цьому контексті слід розглянути питання капіталізації компанії на прикладі вибору зручніших з податкової точки зору джерел фінансування. Якщо компанія вирішить обійтися власними коштами, їй доведеться вдатися до емісії акцій, за якими вона згодом має виплачувати дивіденди. У разі позикового фінансування компанії доведеться виплачувати кредитору відсотки. Але оскільки дивіденди виплачуються з прибутку після сплати податків, тим самим підпадають під подвійне оподаткування, а відсотки, навпаки, віднімаються з прибутку до оподаткування, то з податкової точки зору дивіденди обходяться компанії дорожче. Так, за статистикою, рівень оподаткування процентних платежів у джерела виплати є нижчим (максимум 10 %), ніж при виплаті дивідендів (максимум 15 %) [2].

Ще однією з переваг створення холдингової компанії є можливість зменшення податкових зобов'язань з роялті. Згідно зі ст. 14 Податкового кодексу України, роялті – це будь-який платіж, отриманий як винагорода за використання або за надання права на використання об'єкта права інтелектуальної власності [5]. Щодо порядку оподаткування роялті, то Модельна податкова конвенція ОЕСР і США передбачають загальний порядок оподаткування роялті у країні фактичного одержувача доходів, а Модельна податкова конвенція ООН дозволяє державі виникнення роялті також оподатковувати його у джерела.

Деякі науковці виділяють так звані некласичні офшори –квазіофшори, тобто юрисдикції, які не є офшорними у звичайному розумінні слова, але їх широко використовують у міжнародному податковому плануванні через специфічні особливості їх податкового законодавства за рахунок існуючих на їх території спеціальних режимів оподаткування [3].

Такі режими оподаткування вводяться, як правило, провідними країнами світу із високим (нормальним) рівнем податків, зацікавленими в залученні на свою фіскальну територію зарубіжних інвесторів. Вони гарантують податкові привілеї та пільги компаніям певних видів діяльності на цій території або окремих регіонах: податкові відрахування на різні цілі з податкової бази, знижені ставки податків для певних типів доходів, податкові канікули, відстрочку сплати податків [2].

Існує ціла низка юрисдикцій, які можна назвати холдинговими, що надають на певних умовах звільнення від оподаткування щодо дивідендів і доходу від приросту капіталу, одержуваних місцевими холдинговими компанія-

ми, у тому числі з-за кордону. Інші країни створюють сприятливі умови для отримання відсотків за позиками, що дозволяє використовувати їх як інструмент фінансування міжнародної групи компаній. Існують країни, що надають пільгове оподаткування доходів від створення або використання інтелектуальної власності – роялті. У деяких країнах за низькою ефективною ставкою оподатковуються доходи від міжнародної торгівлі; чимало країн надають податкові пільги різних типів [6].

Холдингові структури дають змогу визначити перспективи розвитку організації, допомагають уникнути небезпек та обрати напрям розвитку компанії. Холдингові компанії часто використовуються як інструмент інвестицій в Україну з боку міжнародних інвесторів.

Таким чином, у межах дослідження зарубіжного досвіду податкового планування на підприємстві з огляду на податкове законодавство зарубіжних країн проаналізовано переваги використання проміжних холдингових компаній. Холдингова компанія може стати не лише засобом володіння й управління групою дочірніх компаній у якомусь конкретному регіоні, але також може сприяти підвищенню операційної та фінансової ефективності. Правильно, у тому числі з податкової точки зору, вибудувана транснаціональна компанія дає змогу найефективніше вести міжнародний бізнес.

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

Література: 1. Телюк Н. М. Холдинговая компания как инструмент налоговой оптимизации в транснациональной группе. *Вестник Московского университета.* 2011. № 1. С. 41–50. **2.** Поддєрьогін А. М., Черненко В. К. Корпоративне податкове планування в фінансовому управлінні підприємством. *Фінанси України.* 2011. № 4. С. 47–53. **3.** Митрофанова И. А., Плешаков Г. Г. Актуальность применения зарубежного опыта налогообложения предприятий в российских условиях. *Молодой ученый.* 2013. № 9. С. 217–220. **4.** Finnerty C., Merks P. Introduction to Holding Activities. Fundamentals of International Tax Planning. Amsterdam : IBFD, 2007. 368 p. **5.** Податковий кодекс України : Закон України від 02.12.2010 № 2755-VI // База даних «Законодавство України» / Верховна Рада України. URL: http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2755-17. **6.** Офшорные юрисдикции-2010 // Roche & Duffay. URL: http://www.roche–duffay.ru/articles/offshore_zones_2010.htm.

СТРАТЕГІЧНИЙ АНАЛІЗ ВНУТРІШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА ПІДПРИЄМСТВА МАШИНОБУДІВНОЇ ГАЛУЗІ ІЗ ЗАСТОСУВАННЯМ SWOT-АНАЛІЗУ

УДК 336.71:658.15

Маринюк А. О.

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

Анотація. *Розглянуто сучасні методи формування стратегій підприємства у довгостроковій перспективі та прогнозування тенденцій його розвитку, можливостей і загроз із застосуванням SWOT-аналізу. Обґрунтовано, що застосування SWOT-аналізу дає змогу зосереджуватися на ймовірних загрозах і факторах негативного впливу, які стримують успішну фінансово-господарську діяльність підприємства.*

Ключові слова: *підприємство, організація, виробництво, суб'єкт господарювання, фінанси, фінансово-господарська діяльність, SWOT-аналіз, стратегія підприємства, сильні сторони, слабкі сторони, можливості, загрози.*

© Маринюк А. О., 2018

Аннотация. *Рассмотрены современные методы формирования стратегий предприятия в долгосрочной перспективе и прогнозирования тенденций его развития, возможностей и угроз с применением SWOT-анализа. Обосновано, что применение SWOT-анализа позволяет сосредотачиваться на вероятных угрозах и факторах негативного влияния, сдерживающих успешную финансово-хозяйственную деятельность предприятия.*

Ключевые слова: *предприятие, организация, производство, субъект хозяйствования, финансы, финансово-хозяйственная деятельность, SWOT-анализ, стратегия предприятия, сильные стороны, слабые стороны, возможности, угрозы.*

Annotation. *The modern methods of formation of enterprise strategies in the long term and forecasting trends in its development, opportunities and threats using SWOT analysis are considered. It is substantiated that the application of the SWOT-analysis allows focusing on the likely threats and negative factors affecting the successful financial and economic activity of the enterprise.*

Keywords: *enterprise, organization, production, business entity, finance, financial and economic activity, SWOT-analysis, enterprise strategy, strengths, weaknesses, opportunities, threats.*

Основною метою діяльності підприємства є максимізація його ринкової вартості та підвищення рівня добробуту власників. Необхідною умовою для досягнення цієї мети є розробка та постійне коригування довгострокового фінансового плану розвитку підприємства, тобто його фінансової стратегії. Фінансова стратегія є одним із найважливіших видів функціональної стратегії підприємства.

Питання розробки й аналізу стратегії внутрішнього середовища підприємства висвітлено у працях багатьох науковців, серед них Липчук В. В., Кузь Т. В., Дикань В. Л., Шраменко О. В. та ін.

Погіршення стану машинобудівних підприємств є наслідком зменшення інвестицій у їх діяльність, наявності кредиторської та дебіторської заборгованостей, відсутності технічного переоснащення, невідповідності продукції стандартам якості, обмеженості ресурсів.

Для розробки стратегії у довгостроковій перспективі необхідно прогнозувати тенденції розвитку з огляду на можливості та загрози, своєчасно складати стратегічний баланс підприємства з урахуванням впливу факторів внутрішнього та зовнішнього середовища.

Уперше складання стратегічного балансу було запропоновано науковцями Гарвардської школи бізнесу у 1965 р., його називають SWOT-аналізом [1].

Сильними сторонами (strength) є внутрішні можливості (навички, потенціал) чи ресурси, що можуть зумовити формування конкурентної переваги. Слабкими сторонами (weaknesses) є види діяльності, які фірма здійснює не достатньо добре, або ресурси, підсистеми потенціалу, використовувані неправильно [4].

Кожному підприємству на ринку притаманні певні переваги та недоліки. Застосування SWOT-аналізу (strength, weaknesses, opportunities and threats) дає змогу виявити сильні та слабкі сторони, які потребують найбільшої уваги і зусиль з боку підприємства (табл. 1) [2].

Таблиця 1

Узагальнені характеристики сильних і слабких сторін ПАТ «Завод «Південкабель», використовувані у SWOT-аналізі

Сильні сторони	Слабкі сторони
1. Вигідне географічне положення (Харків є великим транспортним вузлом, прикордонною зоною). 2. Гнучка технологія виробництва. 3. Великий асортимент всіляких маркорозмірів ізольованого проводу та кабелю для різних галузей промисловості. 4. Наявність кваліфікованих виробничих кадрів. 5. Наявність ліцензії Адміністрації ядерного регулювання України на поставку кабельно-провідникової продукції для атомних електростанцій. 6. Наявність виробничих площ із необхідною інфраструктурою. 7. Висока якість продукції	1. Залежність від постачань сировини з-за кордону. 2. Високі витрати виробництва. 3. Високі витрати на амортизацію дооцінених основних засобів. 4. Залежність від російського та інших зарубіжних ринків збуту (на 26 %). 5. Велика заборгованість бюджету до відшкодування податку на додану вартість. 6. Низька цінова конкурентоспроможність

Фактори внутрішнього середовища підприємства можна розподілити на сильні та слабкі сторони (табл. 1) [3]. Результати проведеного аналізу внутрішнього середовища дають підстави стверджувати, що підприємство має чимало сильних сторін і значний потенціал.

Перед початком SWOT-аналізу слід комплексно зосередитися на ймовірних загрозах і можливостях підприємства (табл. 1) [3]. Після цього важливо з'ясувати, які загрози є найімовірнішими, які ризики вони спроможні спричинити. Саме ці моменти потребують найбільшої уваги і концентрації зусиль задля їх усунення [3].

Можливостями (opportunities) є сукупність факторів, що переважно позитивно впливають на діяльність організації, альтернативи, які підприємство може використати для досягнення стратегічних цілей (результатів). Загрозами (threats) є сукупність факторів, що переважно негативно впливають на діяльність організації, будь-які процеси або явища, які перешкоджають руху підприємства чи організації в напрямку досягнення своїх місії та цілей.

Фактори зовнішнього середовища підприємства розподіляють на можливості та загрози (табл. 2) [3].

Таблиця 2

Узагальнені зовнішні можливості та загрози для ПАТ «Завод «Південкабель», використовувані у SWOT-аналізі

Можливості	Загрози
1. Раціональніше використання виробничих запасів. 2. Розпродаж неліквідів. 3. Забезпечення продукцією атомних і теплових електростанцій, нафтових родовищ і вугільних шахт, метрополітенів і новобудов, залізниці та міського транспорту. 4. Нові напрямки діяльності товариства. 5. Збільшення обсягу продажів. 6. Зміцнення становища заводу на ринку. 7. Довіра ділових партнерів	1. Жорстка монетарна політика Національного банку України. 2. Значна залежність від сезонних змін. 3. Зростання вартості сировини та енергоносіїв. 4. Нестабільність курсів світових валют. 5. Наявність конкурентів у цій галузі. 6. Діяльність товариства є обмежуваною недосконалістю норм чинного законодавства України (митного, податкового, пенсійного). 7. Високий рівень інфляції. 8. Високий рівень політичної та законодавчої нестабільності

Оцінюючи можливості, слід зважити на їх потенційну привабливість та ймовірність реалізації, а також на те, чи можуть заплановані вигоди перевершити ймовірні втрати внаслідок реалізації можливостей. Залежно від ситуації один і той самий фактор може бути як загрозою, так і можливістю [3].

Для визначення основної стратегії підприємства виділяємо показники кожного поля матриць, зводимо їх у окрему матрицю SWOT-аналізу та зіставляємо між собою. На кожному з полів розглянемо всі можливі комбінації та виділимо ті, що впливають на рівень конкурентоспроможності підприємства (табл. 3) [4].

Розглянемо комбінації «сильні сторони / можливості», поле СіМ.

Си2-М6: гнучке реагування на запити споживачів зміцнить становище підприємства на ринку.

Си4-М1: завдяки потужній кадровій базі ПАТ «Завод «Південкабель» має можливість залучити висококваліфікованих фахівців для розробки стратегії використання виробничих запасів більш раціонально.

Си5-М3: наявність постійних споживачів кабельно-провідникової продукції у вигляді атомних електростанцій.

Си6-М4: залучення нових клієнтів шляхом розширення асортименту виготовленої продукції та вихід на нові ринки збуту.

Си7-М7: підтримка довіри високою якістю відвантаженої продукції.

Як бачимо, поле СіМ є найсприятливішим для ПАТ «Завод «Південкабель», що дозволяло використовувати сильні сторони для отримання віддачі від наявних можливостей, реалізуючи основну стратегію розвитку ПАТ «Завод «Південкабель».

Розглянемо комбінацію СіЗ – «сильні сторони / загрози».

Си1-З2: зниження використання трудових і матеріальних ресурсів протягом певної пори року, зменшення обсягів закупівлі сировини або залучення комерційного кредиту задля здійснення господарської діяльності.

Си3-З1: здійснення заходів щодо управління капіталом, спрямованих на збільшення рентабельності капіталу, за рахунок оптимізації структури заборгованості та власного капіталу, у такий спосіб, щоб забезпечити безперервність діяльності підприємства.

Си7-З7: пошук сировини за нижчими цінами, зменшення активності у видах діяльності, що потребують довгострокових інвестицій.

Як бачимо, поле СіЗ передбачає використання сильних сторін підприємства для усунення можливих ризиків. Отже, комбінація «слабкі сторони / можливості» утворює стратегію потенційних переваг.

Таблиця 3

Зведена матриця SWOT-аналізу ПАТ «Завод «Південкабель»

Зовнішнє середовище / Внутрішнє середовище	**Можливості** 1. Раціональніше використання виробничих запасів. 2. Розпродаж неліквідів. 3. Забезпечення продукцією атомних і теплових електростанцій, нафтових родовищ і вугільних шахт, метрополітенів і новобудов, залізниці та міського транспорту. 4. Нові напрямки діяльності товариства. 5. Збільшення обсягу продаж. 6. Зміцнення становища заводу на ринку. 7. Довіра ділових партнерів	**Загрози** 1. Жорстка монетарна політика Національного банку України. 2. Значна залежність від сезонних змін. 3. Зростання вартості сировини та енергоносіїв. 4. Нестабільність курсів світових валют. 5. Наявність конкурентів у цій галузі. 6. Діяльність товариства є обмежуваною недосконалістю норм чинного законодавства України (митного, податкового, пенсійного). 7. Високий рівень інфляції. 8. Високий рівень політичної та законодавчої нестабільності
Сильні сторони 1. Вигідне географічне положення (Харків є великим транспортним вузлом, прикордонною зоною). 2. Гнучка технологія виробництва. 3. Великий асортимент всіляких маркорозмірів ізольованого проводу та кабелю для різних галузей промисловості. 4. Наявність кваліфікованих виробничих кадрів. 5. Наявність ліцензії Адміністрації ядерного регулювання України на поставку кабельно-провідникової продукції для атомних електростанцій. 6. Наявність виробничих площ із необхідною інфраструктурою. 7. Висока якість продукції	$Си_2 – М_6$ $Си_4 – М_1$ $Си_5 – М_3$ $Си_6 – М_4$ $Си_7 – М_7$	$Си_1$-$З_2$ $Си_3$-$З_1$ $Си_7$-$З_7$
Слабкі сторони 1. Залежність від постачань сировини з-за кордону. 2. Високі витрати виробництва. 3. Високі витрати на амортизацію дооцінених основних засобів. 4. Залежність від російського та інших зарубіжних ринків збуту (на 26 %). 5. Велика заборгованість бюджету до відшкодування податку на додану вартість. 6. Низька цінова конкурентоспроможність	$Сл_1 – М_7$ $Сл_3 – М_2$ $Сл_3 – М_5$	$Сл_1 – З_3$ $Сл_2 – З_4$ $Сл_4 – З_8$ $Сл_5 – З_6$ $Сл_6 – З_5$ $Сл_6 – З_7$

Розглянемо комбінацію «слабкі сторони / можливості» – поле СлМ.

Сл1-М7: установлення довгострокових відносин із надійними постачальниками.

Сл3-М2: зменшення розмірів амортизаційних відрахувань щороку, збільшення оборотних коштів.

З огляду на дані табл. 3 зазначимо, що у підприємства переважають довгострокові можливості та загрози. Щодо сильних сторін, тут теж переважною є довгострокова перспектива, а сильні сторони розподіляються рівномірно між довгостроковими та короткостроковими.

Таким чином, проведений SWOT-аналіз засвідчує, що підприємство, незважаючи на загальноекономічну кризу та деякі внутрішні труднощі, посідає доволі сильну та стабільну позицію на ринку і має добрі шанси для подальшого розвитку. Оптимістичний прогноз передбачає як подальше нарощування обсягів виробництва, розширення асортименту, так і підвищення якості продукції. На підставі проведеного аналізу внутрішнього та зовнішнього середовищ ПАТ «Завод «Південкабель» можна запропонувати як стратегію подальшого розвитку підприємства забезпечення стабільного високого завантаження виробничих потужностей і позиціонування своєї продукції як високоякісної відповідно до світових стандартів.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Кіпа М. О.

Література: 1. Learned E. P., Christensen C. R., Andrews K. R., Guth W. D. Business Policy: Text and Cases. Irwin, Homewood, 1965. **2.** Липчук В. В., Яців І. Г., Гошко Б. М. Маркетинговий аналіз : навч. посіб. Київ : Академвидав, 2008. 214 с. **3.** Кузь Т. Стратегічний розвиток машинобудування в Україні. *Галицький економічний вісник.* 2011. № 1. С. 35-43. **4.** Дикань В. Л., Зубенко В. О., Маковоз О. В., Токмакова І. В. Стратегічне управління : навч. посіб. Київ : Центр навч. літ., 2013. 272 с.

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ВИЗНАЧЕННЯ СУТНОСТІ ПОНЯТТЯ «РЕВІЗІЯ»

УДК 657.6

Маточкіна В. О.

Студент 3 курсу
факультету консалтингу і міжнародного бізнесу ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Обґрунтовано важливість проведення ревізії за сучасних умов господарювання. На підставі узагальнення й систематизації сучасних підходів до тлумачення сутності поняття «ревізія» наведено поглиблене й уточнене визначення досліджуваного поняття.*

Ключові слова: *підприємство, суб'єкт господарювання, фінанси, фінансово-господарська діяльність, фінансовий контроль, державний фінансовий контроль, ревізія, перевірка, інспектування.*

Аннотация. *Обоснована важность проведения ревизии в современных условиях хозяйствования. На основании обобщения и систематизации современных подходов к толкованию сущности понятия «ревизия» приведено углубленное и уточненное определение исследуемого понятия.*

Ключевые слова: *предприятие, субъект хозяйствования, финансы, финансово-хозяйственная деятельность, финансовый контроль, государственный финансовый контроль, ревизия, проверка, инспектирование.*

Annotation. *The importance of the audit in the current economic conditions is substantiated. On the basis of generalization and systematization of modern approaches to the interpretation of the essence of the concept of «revision», an in-depth and refined definition of the concept under study is given.*

Keywords: *enterprise, business entity, finance, financial and economic activity, financial control, state financial control, audit, verification, inspection.*

За сучасних ринкових економічних умов особлива увага приділяється ефективному використанню державних коштів. Ревізія є однією зі складових державного фінансового контролю і являє собою перевірку фінансової діяльності бюджетних установ за звітний період. Однак, на сьогодні теоретичні основи цього поняття остаточно не визначено.

Дослідженням економічної сутності і проблем проведення ревізії займалися і займаються Бутинець Ф. Ф., Бардаш С. В., Малюга Н. М., Германчук П. К., Стефанюк І. Б., Рубан Н. І., Дікань Л. В., Жила В. Г. та ін. Велика кількість наукових розробок з цього питання створила плутанину, із чим пов'язано необхідність подальшого поглибленого дослідження сутності та визначення поняття «ревізія». Переліченими аспектами зумовлено актуальність обраної теми дослідження.

Метою написання статті є теоретичне визначення сутності ревізії за сучасних умов господарювання.

Для досягнення поставленої мети необхідно проаналізувати сучасні визначення сутності поняття «ревізія», конкретизувати підходи до визначення, на підставі узагальнення й систематизації сформулювати власне визначення досліджуваного поняття.

© Маточкіна В. О., 2018

Інтерес до цієї проблеми з боку науковців втілюється у великій кількості теоретичних напрацювань, присвячених ревізії за сучасних умов. Слово «ревізія» походить від латинського слова «revisio», що означає «перегляд» («знову оглядаю»). Проведений аналіз наукової літератури дає підстави стверджувати, що на сьогодні різні науковці, а також законодавці не дійшли єдиної точки зору щодо визначення сутності поняття «ревізія» (табл. 1) [1–6].

Таблиця 1

Сучасні визначення сутності поняття «ревізія»

Джерело	Поняття
Закон України «Про основні засади здійснення державного фінансового контролю в Україні» [1]	Ревізія полягає у документальній і фактичній перевірці певного комплексу або окремих питань фінансово-господарської діяльності підконтрольної установи, що має забезпечувати виявлення наявних фактів порушення законодавства, встановлення винних у їх допущенні посадових і матеріально відповідальних осіб
Бєлов М. Г. [2]	Ревізія – найважливіший засіб господарського контролю, що передбачає перегляд раніше здійснених господарських операцій задля встановлення їх законності й доцільності
Бутинець Ф.Ф. [3]	Ревізія – метод контролю за діяльністю підприємств, у процесі чого встановлюється законність, достовірність та економічна доцільність здійснених господарських операцій
Дікань Л. В. [4]	Ревізія – документальний спосіб перевірки діяльності суб'єкта господарювання з позиції дотримання законності та доцільності здійснення господарських операцій, ефективності та якості роботи на підставі використання даних обліку, звітності та інших джерел
Германчук П. К. [5]	Ревізія – форма контролю, що становить систему обов'язкових контрольних дій, спрямованих на документальне та фактичне обстеження здійснених підприємством, установою або організацією господарських операцій та їх наслідків, бухгалтерського обліку та звітності задля виявлення незаконної мобілізації, розподілу та використання фінансових ресурсів, недостачі коштів і матеріальних цінностей, нецільового й неефективного їх використання, встановлення винних у порушенні законодавства посадових і матеріально відповідальних осіб і спричинених порушеннями фінансових втрат
Жила В. Г. [6]	Ревізія – сукупність контрольних дій за діяльністю підвідомчих підприємств та організацій, здійснюваних за дорученням керівника вищого органу управління ревізійною групою або ревізором, за яких встановлюється законність, достовірність та економічна доцільність здійснених господарських операцій, а також правильність дій посадових осіб, які брали участь у їх проведенні

Отже, на сьогодні існує певна плутанина щодо визначення сутності поняття «ревізія». Ревізію поряд із перевіркою, спостереженням, порівнянням, розслідуванням, експертизою та лабораторними аналізами одні спеціалісти розглядають як форму господарського контролю, інші – як найважливіший із його методів. Вважаємо за доцільне виокремлення підходів до визначення сутності досліджуваного поняття (табл. 2) [1–6].

Таблиця 2

Підходи до визначення сутності поняття «ревізія»

Джерело	Підходи				
	Перевірка	Спосіб	Метод	Форма	Контрольні дії
Закон України «Про основні засади здійснення державного фінансового контролю в Україні» [1]	+	+		+	
Бєлов М. Г. [2]		+			
Бутинець Ф. Ф. [3]			+		
Дікань Л. В. [4]		+			
Германчук П. К. [5]				+	
Жила В. Г. [6]					+

Бачимо (табл. 1; 2), що не існує єдиного підходу до визначення сутності поняття «ревізія». На підставі аналізу табл. 2 можна виділити п'ять основних підходів до тлумачення сутності поняття «ревізія»: перевірка, спосіб, метод, форма та контрольні дії.

Бєлов М. Г. розглядає ревізію як найважливіший спосіб господарського контролю [2], Дікань Л. В. – як документальний спосіб перевірки діяльності суб'єкта [4]. Однак, ці підходи не вповні розкривають завдання ревізії.

Бутинець Ф. Ф. вважає, що ревізія є методом фінансового контролю, цей підхід не повністю розкриває мету ревізії [3]. Жила В. Г. розглядає ревізію як сукупність контрольних дій [6]. Однак, цей підхід не повністю розкриває мету ревізії, оскільки ревізію здійснюють не тільки задля встановлення законності, достовірності та економічної доцільності здійснених господарських операції, а також для визначеня правильності дій посадових осіб, які брали участь у їх проведенні.

У Законі України «Про основні засади здійснення державного фінансового контролю в Україні» ревізію визначено як форму контролю, такої самої думки дотримується Германчук П. К. [1; 5].

Таким чином, на підставі узагальнення й систематизації сучасних підходів до тлумачення сутності досліджуваного поняття визначатимемо ревізію як форму державного фінансового контролю, що полягає у документальній і фактичній перевірці певного комплексу або окремих питань фінансово-господарської діяльності бюджетної установи задля виявлення наявних порушень і зловживань, а також установлення осіб, винних у їх скоєнні, відшкодування завданих збитків та їх повернення до бюджету. Це визначення відрізняється від аналізованих урахуванням мети та об'єкта контролю.

Науковий керівник – викладач Шевченко І. О.

Література: 1. Про основні засади здійснення державного фінансового контролю в Україні : Закон України від 26.01.1993 № 2939-XII // База даних «Законодавство України» / Верховна Рада України. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2939-12/ed19930126. **2.** Белов Н. Г. Контроль и ревизия сельскохозяйственных предприятий. М. : Статистика, 1976. 360 с. **3.** Бутинець Ф. Ф., Бардаш С. В., Малюга Н. М. Контроль і ревізія : підручник. Житомир : ЖІТІ, 2000. 512 с. **4.** Дікань Л. В. Контроль і ревізія : навч. посіб. Харків : ХНЕУ, 2006. 394 с. **5.** Германчук П. К., Стефанюк І. Б., Рубан Н. І. Державний фінансовий контроль: ревізія і аудит. Київ : АВТ, 2004. 424 с. **6.** Жила В. Г. Ревизия и аудит : учебное пособие. Киев : МАУП, 1998. 96 с.

МЕТОДИ ТА МОДЕЛІ ДОСЛІДЖЕННЯ ЙМОВІРНОСТІ БАНКРУТСТВА ПІДПРИЄМСТВА

УДК 336.279

Маточкіна В. О.

Студент 3 курсу
факультету консалтингу і міжнародного бізнесу ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Досліджено питання визначення ймовірності настання кризового стану та банкрутства підприємства. Проаналізовано особливості застосування, а також переваги та недоліки окремих методів і моделей зарубіжних авторів для прогнозування ймовірності настання банкрутства підприємства. Проведено критичний аналіз можливості застосування цих методів і моделей для сучасних українських суб'єктів господарювання.*

Ключові слова: *підприємство, організація, виробництво, суб'єкт господарювання, фінанси, фінансово-господарська діяльність, фінансовий стан, криза, кризовий стан, банкрутство, прогнозування.*

Аннотация. *Исследован вопрос определения вероятности наступления кризисного состояния и банкротства предприятия. Проанализированы особенности применения, а также преимущества и недостатки от-*

© Маточкіна В. О., 2018

дельных методов и моделей зарубежных авторов для прогнозирования вероятности наступления банкротства предприятия. Проведен критический анализ возможностей применения этих методов и моделей для современных украинских субъектов хозяйствования.

Ключевые слова: *предприятие, организация, производство, субъект хозяйствования, финансы, финансово-хозяйственная деятельность, финансовое состояние, кризис, кризисное состояние, банкротство, прогнозирование.*

Annotation. *The question of determining the likelihood of a crisis and the bankruptcy of an enterprise is investigated. Analyzed the features of the application, as well as the advantages and disadvantages of individual methods and models of foreign authors to predict the likelihood of the bankruptcy of the enterprise. A critical analysis of the possibilities of using these methods and models for modern Ukrainian business entities has been carried out.*

Keywords: *enterprise, organization, production, business entity, finance, financial and economic activity, financial condition, crisis, crisis state, bankruptcy, forecasting.*

За сучасних умов нестабільного стрімко змінюваного економічного середовища чимало підприємств в Україні та світі перебувають у стані банкрутства чи у кризовому стані. Банкрутство характеризує неспроможність підприємства задовольнити вимоги кредиторів щодо сплати за товари, роботи та послуги, а також забезпечити обов'язкові платежі до бюджету і позабюджетних фондів.

Прогнозування ймовірності банкрутства дає змогу на ранньому етапі передбачити можливі проблеми, своєчасно змінити управлінські рішення. Вчасно проведені дослідження дозволяють виявити ймовірність нестійкого стану, відповідно відреагувати та розробити запобіжні заходи. Очевидно, що аналіз ймовірності банкрутства підприємства є надзвичайно актуальним питанням.

Проблема діагностики банкрутства підприємства є настільки багатогранною, що її вирішенням займаються спеціалісти різних галузей економічних наук. Дослідженням питань оцінки ймовірності банкрутства та його наслідків займалися і займаються зарубіжні та вітчизняні науковці, серед них Альтман Е., Бівер У., Конан Ж., Голдер М., Ліс Р., Спрінгейт Г., Таффлер Р., Тішоу Г., Фулмер Д., Чессер Р., Сайфулін Р., Терещенко О., Федотова М. та ін.

Метою написання статті є обгрунтування методичних підходів до діагностики банкрутства підприємства, визначення передумов і проблем їх практичного застосування.

Діагностика банкрутства підприємств за умов стрімко змінюваного підприємницького середовища є життєво необхідною. Існують чимало методів діагностики ймовірності банкрутства підприємств, найвідомішими із них є моделі Альтмана Е. (двофакторна й пятифакторна), Бівера У., Спрінгейта Г., Ліса Р., Таффлера Р. і Тішоу Г. Усі моделі прогнозування банкрутства містять у собі невелику кількість ключових показників, що характеризують фінансовий стан підприємства. На їх основі розраховують інтегральний показник ймовірності банкрутства з ваговими коефіцієнтами у індикаторів ймовірності банкрутства. Такі методики і моделі дозволяють прогнозувати виникнення кризової ситуації підприємства заздалегідь, ще до появи її очевидних ознак.

Модель Альтмана Е. є однією з найперших моделей аналізу ймовірності банкрутства підприємства, підгрунтям якої є дискримінантний аналіз [1]. Модель Бівера У. створено для виявлення незадовільної структури балансу [2]. Модель Спрінгейта Г. створено для підприємств США та Канади для оцінки кредитоспроможності підприємств цих країн; точність цієї моделі є досить високою.

За моделлю Ліса Р. на підставі показників ділової активності та рентабельності оцінюють схильність підприємства до банкрутства (табл. 1) [1; 2; 4].

Таблиця 1

Характеристика найвідоміших моделей діагностики банкрутства підприємства

Назва	Методика розрахунку	Критичні значення
1	2	3
П'ятифакторна модель Альтмана Е.	$Z = 0{,}717\ X_1 + 0{,}847\ X_2 + 3{,}107\ X_3 + 0{,}42\ X_4 + 0{,}995\ X_5$, X_1 – власний оборотний капітал / всього активів; X_2 – нерозподілений прибуток / всього активів; X_3 – прибуток до виплати відсотків / всього активів; X_4 – власний капітал / зобов'язання; X_5 – чистий дохід / всього активів	Z < 1,8 – ймовірність банкрутства є високою; – 1,8 < Z < 2,7 – ймовірність банкрутства є дуже високою; – 2,71 < Z < 2,9 – банкрутство є ймовірним; – Z > 3 – ймовірність банкрутства є дуже низькою
Модель Спрінгейта Г.	$Z = 1{,}03\ X_1 + 3{,}07\ X_2 + 0{,}66\ X_3 + 0{,}4\ X_4$, X_1 – власний оборотний капітал / всього активів; X_2 – прибуток до виплати відсотків / всього активів; X_3 – прибуток до оподаткування / поточні зобов'язання; X_4 – чистий дохід / всього активів	Мінімальне значення Z < 0,862. Якщо Z перевищує 2,451, загроза банкрутства є мінімальною, а підприємство – фінансово надійним

Закінчення табл. 1

1	2	3
Модель Ліса Р.	$Z = 0{,}063X_1 + 0{,}092X_2 + 0{,}057X_3 + 0{,}001X_4$, X_1 – оборотні активи / всього активів; X_2 – операційний прибуток / всього активів; X_3 – нерозподілений прибуток / всього активів; X_4 – власний капітал / зобов'язання	Мінімальне значення $Z < 0{,}037$; термін прогнозування не вказано
Модель Таффлера Р. і Тішоу Г.	$Z = 0{,}53\ X_1 + 0{,}13\ X_2 + 0{,}18\ X_3 + 0{,}16X_4$, X_1 – операційний прибуток / поточні зобов'язання; X_2 – оборотні активи / зобов'язання; X_3 – поточні зобов'язання / всього активів; X_4 – чистий дохід / всього активів	Мінімальне значення $Z < 0{,}2$; термін прогнозування не вказано

Розглянутим моделям діагностики банкрутства підприємства притаманні свої переваги та недоліки, що суттєво ускладнюють їх застосування для українських суб'єктів господарювання (табл. 2) [4].

Таблиця 2.

Переваги та недоліки найвідоміших моделей діагностики банкрутства підприємства

Назва	Переваги	Недоліки
П'ятифакторна модель Альтмана Е.	– простота й можливість застосування за наявності обмеженої інформації; – порівнянність показників; – можливість розподілу аналізованих компаній на тих, що є потенційними банкрутами, і тих, яким банкрутство не загрожує; – висока точність розрахунків	– не пристосована до застосування для українських суб'єктів господарювання (не враховує особливості української економіки); – складність інтерпретації підсумкового значення; – залежність точності розрахунків від вихідної інформації; – обмеженість сфери застосування; – є заснованою на застарілих даних; – не враховує показників рентабельності
Модель Спрінгейта Г.	Є достатньо точною, рівень надійності прогнозу – близько 90 %	– створена для підприємств США і Канади з метою оцінювання; – немає галузевої та регіональної диференціації Z-рахунка; – між змінними спостерігається досить висока кореляція; – не пристосована до застосування для українських суб'єктів господарювання
Модель Ліса Р.	– простота і швидкість розрахунків; – доступність необхідних для розрахунків даних; – можливість оцінити фінансовий стан і спрогнозувати банкрутство	– не пристосована до застосування для українських суб'єктів господарювання; – створювалася з урахуванням західних особливостей розвитку; – неможливість застосування до малих підприємств; – невідповідність методичних прийомів розрахунку показників фінансової звітності
Модель Таффлера Р. і Тішоу Г.	– простота розрахунків; – висока точність прогнозу ймовірності банкрутства компанії, що є пов'язаним зі значною кількістю аналізованих компаній	– обмеження сфери застосування (тільки для акціонерних товариств, акції яких активно торгуються на фондовому ринку); – складність інтерпретації підсумкового значення; – неможливість застосування до українських суб'єктів господарювання; – залежність точності розрахунків від вихідної інформації; – використання застарілих даних

Таким чином, на підставі проведеного аналізу й узагальнення можемо стверджувати, що розглянуті методики прогнозування банкрутства зарубіжних авторів мають певні істотні обмеження для їх застосування до українських суб'єктів господарювання. Вони не адаптовані до вітчизняної економіки, не враховують специфіку діяльності вітчизняних підприємств: особливості системи бухгалтерського обліку та податкового законодавства, вплив інфляції на формування показників діяльності підприємства, галузеву приналежність підприємства та деякі інші обставини їх застосування на вітчизняних підприємствах. Важливо розробити модель, у якій оцінка фінансового стану українських підприємств спиралася на вітчизняні стандарти обліку та звітності, яка б використовувала статистичну інформаційну базу вітчизняних підприємств з огляду на специфіку галузі й особливості діяльності.

Науковий керівник – канд. екон. наук, професор Іванієнко В. В.

Література: 1. Altman E., Narayanan P. An international survey of business failure classification models. *Financial Markets, Institutions and Instruments.* 1997. № 2. P. 31–57. **2.** Beaver W. Alternative Accounting Measures as Predictors of Failure, Financial Ratios as Predictors of Failure. *Journal of Accounting Research.* 1968. № 43. P. 113–122. **3.** Иваниенко В. В., Куликов П. М. Теория экономического анализа. Харьков : ХНЭУ, 2012. 338 с. **4.** Азаренков Г. Ф., Петряєва З. Ф., Хмеленко Г. Г. Економічний аналіз : навч. посіб. Харків : ХНЕУ, 2004. 246 с.

ОЦІНКА ВПЛИВУ ФАКТОРІВ ЗОВНІШНЬОГО ТА ВНУТРІШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА НА ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА ІЗ ЗАСТОСУВАННЯМ SWOT-АНАЛІЗУ

УДК 338.439.5

Мельников О. А.

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

Анотація. *Із застосуванням SWOT-аналізу на прикладі ПАТ «Харківська бісквітна фабрика» проведено стратегічний аналіз підприємства. Оцінено фактори внутрішнього та зовнішнього середовища, які впливають на розвиток підприємства. Конкретизовано переваги та недоліки застосування SWOT-аналізу.*

Ключові слова: *підприємство, організація, суб'єкт господарювання, фінанси, фінансово-господарська діяльність, стратегічний аналіз, SWOT-аналіз, фінансова стратегія підприємства, фактори внутрішнього середовища, фактори зовнішнього середовища, сильні сторони, слабкі сторони, можливості, загрози.*

Аннотация. *С применением SWOT-анализа на примере ОАО «Харьковская бисквитная фабрика» проведен стратегический анализ предприятия. Оценены факторы внутренней и внешней среды, влияющие на развитие предприятия. Конкретизированы преимущества и недостатки применения SWOT-анализа.*

Ключевые слова: *предприятие, организация, субъект хозяйствования, финансы, финансово-хозяйственная деятельность, стратегический анализ, SWOT-анализ, финансовая стратегия предприятия, факторы внутренней среды, факторы внешней среды, сильные стороны, слабые стороны, возможности, угрозы.*

Annotation. *Using the SWOT analysis on the example of JSC «Kharkov Biscuit Factory» a strategic analysis of the enterprise was conducted. The factors of internal and external environment, affecting the development of the enterprise. The advantages and disadvantages of using SWOT analysis are analyzed.*

Keywords: *enterprise, organization, business entity, finance, financial and economic activity, strategic analysis, SWOT analysis, financial strategy of an enterprise, factors of the internal environment, environmental factors, strengths, weaknesses, opportunities, threats.*

Сучасний український ринок кондитерських виробів інтенсивно розвивається: невпинно зростає попит на солодощі, посилюються вимоги до якості та безпеки харчових продуктів, з'являються нові види товарів, що стимулює конкуренцію серед виробників галузі. Одним із актуальних завдань для підприємств кондитерської галузі є формування й утримання стійких позицій як на вітчизняному, так і на міжнародних ринках.

Стратегічне планування як функція управління полягає в прагненні завчасно врахувати вплив внутрішніх і зовнішніх факторів, що забезпечують сприятливі умови для нормального функціонування та розвитку підприємства.

© Мельников О. А., 2018

SWOT-аналіз є одним із основних інструментів стратегічного управління, що в комплексі оцінюють вплив внутрішніх і зовнішніх факторів на розвиток компанії. Він дає змогу виявити слабкі сторони у розвитку конкретного суб'єкт господарювання, оцінити його переваги перед конкурентами, потенційні можливості та загрози для підприємства [1].

Дослідженням питань розвитку ринку кондитерських виробів займалися і займаються чимало вітчизняних науковців, серед них Мозгова О. І., Заболотний С. Г., Галушко О. С. та ін. Дослідженням особливостей застосування SWOT-аналізу для визначення конкурентних позицій підприємств займаються Балабанова Л. В., Воскресенська О. Є., Савчук О. А., Пивоваров М. Г., Шершньова З. Є. та ін.

Метою написання статті є розгляд одного з найпоширеніших методів стратегічного аналізу зовнішнього та внутрішнього середовища суб'єкта господарювання – SWOT-аналізу, виявлення особливостей, переваг і недоліків його застосування, а також проведення стратегічного аналізу функціонування конкретного підприємства із використанням SWOT-аналізу.

Методика SWOT-аналізу грунтується на підході, який дає змогу вивчати зовнішнє та внутрішнє середовище підприємства сукупно. За застосування цієї методики можна встановити взаємозв'язки між сильними і слабкими сторонами, які властиві підприємству, і зовнішніми загрозами і можливостями. Спершу виявляють сильні та слабкі сторони, а також загрози та можливості. Після цього встановлюють взаємозв'язки між ними, що може бути використано для розробки стратегії підприємства.

Отже, базова діагностика, що є основою розробки портфеля стратегій перспективного розвитку кондитерського підприємства, формує його фінансову стабільність, підвищує конкурентоспроможність і адаптивність, робить гнучкішою виробничо-господарську систему, формує умови для підвищення його результативності та ефективності.

Метод SWOT-аналізу діяльності підприємств є загальною схемою, яку щоразу слід пристосовувати до конкретних умов і до вирішення певних завдань. Найчастіше такими завданнями є формування комплексу дій щодо перетворення слабких сторін підприємства на переваги, загроз – на можливості, а також розвитку сильних позицій [4].

Розглянемо чотири елементи SWOT-аналізу, які мають вплив на діяльність ПАТ «Харківська бісквітна фабрика» – підприємства, що функціонує на території України, основною сферою діяльності якого є виготовлення кондитерських виробів.

Передусім необхідно проаналізувати сильні сторони підприємства.

Його перевагами є висока якість продукції, довіра та лояльність споживачів, швидкі темпи оновлення асортименту продукції, інвестиції в обладнання, власні розробки, висококваліфікований персонал, сучасний маркетинг та технології, близькість власників до законодавчої влади, налагоджена система дистрибуції та досвід експорту, сертифікат ISO.

Розглянемо далі слабкі сторони у роботі підприємства. Слабкими сторонами компанії є переважно сильні сторони конкурентів.

Вважаємо за доцільне деталізувати конкурентні переваги інших підприємств сучасної вітчизняної кондитерської галузі.

«АВК»: український та іноземний капітал, регіональні традиції кондитерського виробництва, якісна продукція, сучасний маркетинг і реклама, продуктові інновації, інвестиції в розробку нових продуктів для українського ринку, кваліфікований персонал, вихід на зовнішні ринки.

«Полтавакондитер»: іноземні інвестиції, якісна продукція, сучасний маркетинг і реклама, інвестиції в розробку нових продуктів для українського ринку, створення брендів, кваліфікований персонал.

«Київ-Конті»: внутрішні інвестиції, чітке позиціонування на ринку, сучасний менеджмент, модернізація виробничих потужностей, сертифікат ISO.

«Бісквіт-Шоколад»: пізнаваність бренду, чітке позиціонування на ринку, традиції виробництва в сегменті борошняної продукції, лояльність споживачів, висока зацікавленість робітників – власників акцій підприємства, якісна продукція, розмаїття смакових різновидів продукції, сертифікат ISO, досвід роботи на зовнішніх ринках.

«Світоч»: пізнаваність бренду, іноземні інвестиції, західне обладнання та технології, якісна продукція, західний менеджмент і маркетинг, лояльність споживачів.

«Крафт Фудз Україна»: іноземні інвестиції, агресивна реклама, сучасний маркетинг, чітко визначений сегмент ринку, напрацьовані правила та процедури ведення бізнесу, сильна підтримка з боку материнської компанії.

«Рейнфорд»: високотехнологічне обладнання, натуральні компоненти, західні інвестиції, напрацьовані правила та процедури ведення бізнесу, сильна підтримка з боку материнської компанії [3].

Наступним кроком проведення SWOT-аналізу є визначення можливостей і загроз для функціонування підприємства (табл. 1) [4].

Таблиця 1

Загрози та можливості діяльності ПАТ «Харківська бісквітна фабрика»

Можливості зовнішнього середовища	Ринкові загрози
Збільшення ринків збуту за рахунок зростання ринку	Нестабільність збуту
Зменшення цін на ресурси	Поява у конкурентів найсучасніших технологій
Збільшення кількості споживачів за рахунок проведення рекламної та маркетингової кампаній	Збої у поставках сировини та матеріалів
Надходження великих замовлень	Зростання обсягу імпорту з-за кордону
Стабільність в Україні	Політична нестабільність
Вихід конкурентів із галузі	Нестабільність курсів світових валют
Підвищення якості і конкурентоспроможності продукції за рахунок модернізації та технічного переоснащення виробництва	Відмова банків у наданні довгострокових кредитів
	Нестабільна законодавча база

Після аналізу всіх чотирьох елементів SWOT-аналізу можна сформувати узагальнюючу матрицю (табл. 2) [4].

Таблиця 2

Матриця SWOT-аналізу для ПАТ «Харківська бісквітна фабрика»

Сильні сторони	Слабкі сторони
– Висока цінова конкурентоспроможність – Сприятлива економічна і соціально-економічна ситуація для виходу на нові ринки – Висококваліфікований менеджмент – Замкнений цикл виробництва солодощів – Зручне розташування підприємства у транскордонному регіоні, у промисловій зоні індустріального міста із розвиненою інженерною та транспортною інфраструктурою	– Істотна залежність від зарубіжних постачальників обладнання та матеріалів – Необізнаність споживачів із продукцією – Необхідність ремонту споруд та енергообладнання
Можливості	**Загрози**
– Розширення ринків збуту за рахунок зростання ринку – Зниження цін на ресурси – Збільшення кількості споживачів за рахунок проведення рекламної та маркетингової кампаній – Надходження великих замовлень – Вихід конкурентів із галузі	– Нестабільність збуту – Поява у конкурентів найсучасніших технологій – Збої у поставках сировини та матеріалів – Політична нестабільність – Нестабільність курсів світових валют – Відмова банків у наданні довгострокових кредитів – Нестабільна законодавча база

Отримані в ході проведення SWOT-аналізу результати можна використовувати як інформаційну базу під час розробки стратегії підприємства. У такому контексті їх доцільно подати у вигляді табл. 3 [3; 4].

Таблиця 3

Розширений SWOT-аналіз для ПАТ «Харківська бісквітна фабрика»

1	2	3
	Можливості (О) 1. Розширення ринків збуту за рахунок зростання ринку. 2. Зниження цін на ресурси. 3. Збільшення кількості споживачів за рахунок проведення рекламної та маркетингової кампаній. 4. Надходження великих замовлень. 5. Вихід конкурентів із галузі	**Загрози (Т)** 1. Нестабільність збуту. 2. Поява у конкурентів найсучасніших технологій. 3. Збої у поставках сировини та матеріалів. 4. Політична нестабільність. 5. Нестабільність курсів світових валют. 6. Відмова банків у наданні довгострокових кредитів
Сильні сторони (S) 1. Висока цінова конкурентоспроможність. 2. Сприятлива економічна та соціально-економічна ситуація для виходу на нові ринки. 3. Висококваліфікований менеджмент.	1. Вихід на нові ринки, збільшення асортименту сприятимуть забезпеченню стабільних фінансових показників. 2. Популярність сприятиме виходу на нові ринки.	1. Посилення конкуренції, політика держави, інфляція та зростання податків, зміна смаків споживачів вплинуть на впровадження стратегії.

Закінчення табл. 3

1	2	3
4. Замкнений цикл виробництва солодощів. 5. Зручне розташування підприємства у промисловій зоні індустріального міста із розвиненою інженерною та транспортною інфраструктурою	3. Кваліфікація персоналу, контроль якості, невдале поводження конкурентів і розвиток рекламних технологій дадуть змогу встигати за зростанням ринку. 4. Чітко розроблена стратегія допоможе використати всі можливості	2. Поява конкурентів може спричинити додаткові витрати фінансових ресурсів. 3. Достовірний моніторинг має зафіксувати зміни смаків споживачів
Слабкі сторони (W) 1. Істотна залежність від зарубіжних постачальників обладнання та матеріалів. 2. Необхідність ремонту споруд та енергообладнання. 3. Необізнаність споживачів із продукцією	1. Слабка рекламна політика створить ускладнення при виході на нові ринки, збільшення асортименту, додавання додаткових супутніх продуктів і послуг. 2. За недостатнього фінансування за рахунок власних засобів доведеться вдатися до запозичення «дорогих» кредитів. 3. Постійний пошук нових постачальників послабить можливості для маневрування на ринках фінансування та збуту	1. Несприятлива політика держави може спричинити вихід з галузі. 2. Непродумана рекламна політика не втримає покупців у разі зміни їх смаків. 3. Неповна завантаженість виробничих потужностей у разі зростання темпів інфляції та стрибків курсів валют може призвести до банкрутства компанії

Таким чином, на підставі побудови розширеної матриці SWOT-аналізу для ПАТ «Харківська бісквітна фабрика» можна зробити певні висновки. Для забезпечення фінансової стабільності підприємству слід виходити на нові ринки та розширювати асортимент. Підвищення кваліфікації персоналу, посилення контролю якості продукції та проведення рекламної кампанії дозволять на рівних конкурувати на ринку з іншими підприємствами галузі. ПАТ «Харківська бісквітна фабрика» слід стерегтися непродуманої рекламної політики, неповної завантаженості виробничих потужностей та економічної кризи в цілому.

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

Література: 1. SWOT-аналіз як основний інструмент стратегічного управління, його аспекти і недоліки // Ключові аспекти наукової діяльності : матеріали міжнародної науково-практичної конференції. Дніпропетровськ : Дніпропет. нац. ун-т. ім. О. Гончара, 2010. С. 5–9. **2.** Балабанова Л. В. SWOT- аналіз – основа формування маркетингових стратегій : навч. посіб. Київ : Знання, 2005. 302 с. **3.** Галушко О. С. Тенденції розвитку ринку кондитерських виробів та особливості трансформації у системі цінностей його учасників. *Актуальні проблеми економіки.* 2009. № 8. С. 15–21. **4.** Згуровський М. З., Перевезра К. В. Методика побудови сценаріїв розвитку України з використанням SWOT-аналізу. *Системні дослідження та інформаційні технології.* 2009. № 2. С. 7–17. **5.** Мозговая О. И., Заболотный С. Г. Анализ рынка кондитерских изделий. *УкрАгроКонсалт.* 2009. № 3. С. 8–17. **6.** Пивоваров М. Г., Шаповалов А. М. SWOT-анализ производственно-хозяйственной деятельности малых предприятий. *Вісник економічної науки України.* 2010. № 2. С. 109–113.

АНАЛІЗ ФАКТОРІВ ВПЛИВУ НА ПРИБУТОК БАНКІВ З ІНОЗЕМНИМ КАПІТАЛОМ

УДК 330.45:336.71

Михайлова Л. В.
Ксенофонтова Ю. Ю.

Студенти 3 курсу
фінансового факультету ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Досліджено фактори впливу на прибуток банків з іноземним капіталом. Побудовано багатофакторну економетричну модель. Визначено рівень впливу факторів на прибуток банків з іноземним капіталом.*

Ключові слова: *банк, банківська установа, фінанси, фінансовий результат, прибуток, капітал, власний капітал, іноземний капітал, економетрична модель, багатофакторна економетрична модель, статистична значущість, обсяг виданих кредитів, обсяг зобов'язань, коефіцієнт кореляції.*

Аннотация. *Исследованы факторы влияния на прибыль банков с иностранным капиталом. Построена многофакторная эконометрическая модель. Определен уровень влияния факторов на прибыль банков с иностранным капиталом.*

Ключевые слова: *банк, банковское учреждение, финансы, финансовый результат, прибыль, капитал, собственный капитал, иностранный капитал, эконометрическая модель, многофакторная эконометрическая модель, статистическая значимость, объем выданных кредитов, объем обязательств, коэффициент корреляции.*

Annotation. *The factors influencing the profit of banks with foreign capital are investigated. A multifactorial econometric model is built. The level of influence of factors on the profit of banks with foreign capital was determined.*

Keywords: *bank, banking institution, finance, financial result, profit, capital, equity, foreign capital, econometric model, multi-factor econometric model, statistical significance, amount of loans issued, amount of liabilities, correlation coefficient.*

До рейтингу найбільш надійних банків України у 2018 р. увійшло 11 банків з іноземним капіталом. Станом на січень 2018 р. кількість діючих банків становить 82, із них з іноземним капіталом 23, у тому числі 18 – зі 100 % іноземним капіталом. У січні 2017 р. було 93 діючих банки, із них з іноземним капіталом 23, у тому числі 17 – зі 100 % іноземним капіталом. У січні 2016 р. було 113 діючих банків, із них з іноземним капіталом 41, у тому числі 17 – зі 100 % іноземним капіталом. Бачимо, що загальна кількість банків значно зменшилася, однак, кількість банків з іноземним капіталом протягом трьох років залишалася майже стабільною [1; 2].

Актуальність теми є зумовленою необхідністю визначення ймовірних факторів впливу на прибуток банків з іноземним капіталом для подальшого їх аналізу.

На прибуток банківських установ впливають чимало факторів, які розподіляють на зовнішні та внутрішні. До зовнішніх факторів належать соціально-політична ситуація в країні, ступінь розвитку банківської системи та розвитку фінансового ринку. Внутрішніми факторами є сукупність індивідуальних характеристик банку, його внутрішня політика та стратегія.

Стратегія банківської установи може бути спрямованою на видачу кредитів чи залучення депозитів, залучення власного капіталу або забезпечення зобов'язань. Проаналізуємо, чи впливають ці категорії на прибуток банку з іноземним капіталом.

Метою написання статті є виявлення впливу розміру власного капіталу, зобов'язань та обсягу виданих кредитів на прибуток банківських установ. Дані для дослідження зібрано зі звітності банків з іноземним капіталом з офіційних сайтів банків.

Прибуток банку, що є залежною змінною, позначимо через Y, а власний капітал, зобов'язання й обсяг виданих кредитів – як незалежні фактори, через X_1, X_2 та X_3 відповідно. На величину доходу банку можуть впливати також інші фактори (структура кредитного та інвестиційного портфелів тощо) [3].

Слід припустити, що в досліджуваній групі банків значення інших факторів є приблизно однаковими. Тому досліджуємо вплив на величину прибутку у явному вигляді лише трьох факторів: обсягу виданих кредитів, обсягу зобов'язань та величини власного капіталу.

© Михайлова Л. В., Ксенофонтова Ю. Ю., 2018

Побудуємо багатофакторну економетричну модель і проведемо аналіз цієї моделі. Вихідні дані для розрахунку подано в табл. 1 [4; 5].

За допомогою надбудови «Аналіз даних» пакету Microsoft Excel отримали таку статистику: лінійний множинний коефіцієнт кореляції становить 0,7, тобто між факторами існує досить тісний зв'язок. Коефіцієнт детермінації становить 0,49, модель не є адекватною.

Таблиця 1

Вихідні дані для розрахунку та побудови багатофакторної економетричної моделі

Назва	Прибуток за три квартали 2017 р., тис. грн, Y	Власний капітал станом на 2017 р., тис. грн, X_1	Зобов'язання за три квартали 2017 р., тис. грн, X_2	Видані кредити, тис. грн, X_3
ПАТ «Промінвестбанк»	–4 919 352	8 975 978	13 459 835	15 045 872
ПАТ «Укрсоцбанк»	–1 558 999	6 713 668	25 002 123	17 603 858
ПАТ «ВТБ Банк»	–1 449 455	1 373 465	12 206 991	8 569 880
ПАТ «Банк Форвард»	–172 232	311 072	1 739 786	1 261 241
АТ «БМ Банк»	–125 505	295 810	835 245	497 396
ПАТ «БТА Банк»	–93 057	1 564 403	617 478	494 646
ПАТ КБ «Правекс-Банк»	–57 537	1 070 990	2 653 089	605 742
ПАТ «Кредит Європа Банк»	12 599	363 665	1 223 668	704 864
АТ «Піреус Банк МКБ»	20 299	533 754	2 260 766	1 338 806
ПАТ «СЕБ Корпоративний Банк»	20 997	453 777	1 253 061	932 671
ПАТ «Альфа-Банк»	23 745	3 336 007	37 918 153	25 853 268
ПАТ «Кредитвест Банк»	29 517	285 106	940 482	1 033 462
ПАТ «Дойче Банк ДБУ»	29 974	351 306	1 844 156	488 360
ПАТ «Ідея Банк»	40 466	324 767	3 002 281	2 515 462
ПАТ «ІНГ Банк Україна»	100 960	3 653 880	6 300 314	6 854 426
ПАТ «Сбербанк»	103 979	3 736 079	36 942 893	33 813 535
ПАТ «Кредобанк»	312 968	1 265 404	11 783 311	7 383 977
АТ «Прокредит Банк»	319 777	1 838 965	12 833 647	11 218 524
АТ «ОТП Банк»	667 433	3 280 403	23 561 614	16 578 474
ПАТ «Сітібанк»	763 713	1 577 187	18 320 831	5 879 905
ПАТ «Креді Агріколь Банк»	852 820	3 011 800	27 025 558	17 782 902
АТ «УкрСиббанк»	856 295	4 960 353	38 016 923	19 538 260
АТ «Райффайзен Банк Аваль»	3 988 987	9 380 542	54 054 737	35 975 328

Для перевірки статистичної значущості моделі в цілому використаємо критерій Фішера, розрахункове значення якого дорівнює 6,14, що перевищує табличне значення – 4,32. Приймаємо гіпотезу, що в цілому модель є статистично значущою. Дисперсійний аналіз подано в табл. 2 [5].

Таблиця 2

Дисперсійний аналіз для окремих параметрів моделі

	Коефіцієнти	Стандартна помилка	t-статистика	P-значення
Y	–266582	337626,7	–0,78958	0,439519
X_1	–0,34669	0,137774	–2,51636	0,021003
X_2	0,166895	0,054818	3,044542	0,006669
X_3	–0,12706	0,082613	–1,53797	0,140544

Знаходимо за таблицями розподілу Стьюдента табличне значення для числа ступенів свободи $k = 23 – 2 = 21$ та рівня значущості 5 % (табличне значення 2,08). Отже, величина власного капіталу X_1 та обсяг зобов'язань X_2 істотно впливають на розмір прибутку.

Для точнішого аналізу необхідно побудувати окремі моделі на підставі групування банків за фінансовими результатами їх діяльності. У першій моделі розглянемо банки, які отримали прибуток, а у другій – збитки.

Щоб підвищити прогностичні якості моделей і врахувати вплив такої якісної ознаки, як розмір банку, введемо фіктивну змінну. Для банків, власний капітал яких перевищує 1 млн грн, встановлюємо значення 1, відповідно для банків, власний капітал яких менший за 1 млн грн, встановлюємо значення 0.

За новою моделлю для прибуткових банків лінійний множинний коефіцієнт кореляції дорівнює 0,94, коефіцієнт детермінації 0,90, тобто модель є адекватною і може бути використана для аналізу. Розрахункове значення статистики Фішера дорівнює 24,7, що перевищує табличне значення. Дисперсійний аналіз подано в табл. 3 [4; 5].

Таблиця 3

Дисперсійний аналіз для прибуткових банків

	Коефіцієнти	Стандартна помилка	t-статистика	P-значення
Y	–262387	132770,8	–1,97624	0,073742
X_1	0,560724	0,089922	6,235665	6,3875605
X_2	0,01806	0,021878	0,825481	0,42663908
X_3	–0,03097	0,029078	–1,06502	0,30968429

Отже, на прибуток прибуткових банків значно впливає розмір власного капіталу, а обсяг зобов'язань та обсяг виданих коштів взагалі не впливають.

Розглянемо результати побудови моделі для збиткових банків, дисперсійний аналіз якої подано в табл. 4 [4; 5].

Таблиця 4

Дисперсійний аналіз збиткових банків

	Коефіцієнти	Стандартна помилка	t-статистика	P-значення
Y	40236,59	365702,1	0,110026	0,922435
X_1	–0,28439	0,316953	–0,89726	0,464271
X_2	0,361975	0,110063	3,288783	0,081335
X_3	–0,64056	0,181359	–3,532	0,071651

Для збиткових банків лінійний множинний коефіцієнт кореляції дорівнює 0,99, коефіцієнт детермінації – 0,98, критерій Фішера – 28,6, що перевищує табличне значення. Отже, ця модель є адекватною й у цілому статистично значущою.

Аналіз розрахункових значень статистики Стьюдента (табл. 4) дозволяє зробити певні висновки. На фінансовий результат діяльності банків, які закінчили звітний період зі збитками, значно впливає обсяг зобов'язань та обсяг виданих кредитів, а розмір власного капіталу й інші фактори не впливають.

Таким чином, побудовані економетричні моделі дозволяють провести якісний та кількісний аналіз впливу окремих факторів на результати діяльності банків з іноземним капіталом. Ці моделі можуть бути покладені в основу розробки управлінських рішень, спрямованих на підвищення ефективності діяльності банків.

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

Література: 1. Рейтинг самых надежных банков Украины 2018. URL: https://forinsurer.com/rating-banks. **2.** Рейтинг устойчивости банков по итогам 4 квартала 2017 г. // Минфин. URL: https://minfin.com.ua/banks/rating. **3.** Гур'янова Л. С., Клебанова Т. С., Сергієнко О. А., Прокопович С. В. Економетрика : навч. посіб. для студентів напряму підготовки «Економічна кібернетика» усіх форм навчання. Харків : ХНЕУ, 2015. 384 с. **4.** Довідник діючих банківських установ України, які мають банківську ліцензію // Офіційний сайт Національного банку України. URL: https://bank.gov.ua/control/uk/bankdict/search. **5.** Малярець Л. М., Железнякова Е. Ю., Норик Л. А. Економетрика в прикладах та вправах : навч. посіб. для іноземних студентів. Харків : ХНЕУ, 2014. 268 с.

ПОРІВНЯННЯ РИНКУ ЦІННИХ ПАПЕРІВ УКРАЇНИ ТА НІМЕЧЧИНИ ЯК СКЛАДОВИХ ФОНДОВОГО РИНКУ

УДК 336.77

Михайлова Л. В.
Ксенофонтова Ю. Ю.

Студенти 3 курсу
фінансового факультету ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Досліджено основні характеристики українського та німецького фондових ринків. Проведено порівняльний аналіз ринків цінних паперів, визначено їх основні спільні та відмінні риси.*

Ключові слова: *фінанси, капітал, фінансовий ринок, основний капітал, оборотний капітал, фондовий ринок, грошовий ринок, ринок капіталів, ринок цінних паперів.*

Аннотация. *Исследованы основные характеристики украинского и немецкого фондовых рынков. Проведен сравнительный анализ рынков ценных бумаг, определены их основные общие и отличительные черты.*

Ключевые слова: *финансы, капитал, финансовый рынок, основной капитал, оборотный капитал, фондовый рынок, денежный рынок, рынок капиталов, рынок ценных бумаг.*

Annotation. *The main characteristics of the Ukrainian and German stock markets are investigated. A comparative analysis of securities markets was carried out, their main common and distinctive features were identified.*

Keywords: *finance, capital, financial market, fixed capital, working capital, stock market, money market, capital market, securities market.*

Фондовий ринок як складова фінансового ринку забезпечує акумуляцію та ефективне розміщення заощаджень у економіці, інвестування її пріоритетних галузей та об'єктів.

Головним завданням, яке має виконувати фондовий ринок кожної країни, є передусім забезпечення умов для залучення інвестицій на підприємства, доступ цих підприємств до дешевшого порівняно з банківськими кредитами капіталу.

Проблеми становлення фондових ринків розглядали зарубіжні та вітчизняні науковці, серед них Бірман Г., Фрідман Д., Шманн Л., Шмідт С., Фабоззі Ф., Койлі Б., Гейтман Д., Міркин Я., Алєксєєв М., Оскольський В., Суторміна В., Мещерова Н., Мозговий О. та ін.

На сьогодні Україна перебуває в стані становлення та побудови суверенної демократичної правової держави. Незалежність будь-якої держави передбачає не тільки політичну, а й економічну самостійність. Однак, процеси ринкових реформ у суверенній Україні проходять далеко не просто. Особливо це відчувається у такій галузі ринкових відносин, як операції з цінними паперами.

Розвитком ринкових відносин зумовлено роздержавлення підприємств і перетворення їх на акціонерні товариства. Приватизація дала поштовх розвитку фондового ринку (поява акціонерних товариств втілила до життя корпоративні цінні папери) [1].

Складовими фінансового ринку України, як і будь-якої країни, є грошовий ринок і ринок капіталів. Розподіл фінансового ринку на дві частини є визначуваним особливим характером обігу фінансових ресурсів, які обслуговують оборотний і основний капітал. На грошовому ринку обертаються кошти, які забезпечують рух короткострокових позик (до одного року). На ринку капіталів відбувається рух довгострокових накопичень із терміном, що перевищує один рік. Ринок цінних паперів обслуговує як грошовий ринок, так і ринок капіталів. Цінні папери охоплюють тільки частину руху фінансових ресурсів. Крім цінних паперів мають місце прямі банківські позики, міжфірмові кредити та ін. [1].

Рух коштів прямує від вкладників до користувачів. В одних секторах економіки виникає надлишок фінансових коштів, у інших – нестача. У зв'язку із цим відбувається перелив капіталу з одного сектора в інший. Рух коштів може бути опосередкованим, через фінансові інститути, а може здійснюватися безпосередньо від інвестора до споживача фінансових ресурсів.

В українській економіці можна виділити чотири основні сектори, щоб простежити рух грошових коштів. У домогосподарствах утворюється основний надлишок фінансових коштів, який спрямовується на фінансування комерційних фірм, держави та розміщується у фінансових інститутах. Безумовно, існує і зворотний зв'язок, коли

© Михайлова Л. В., Ксенофонтова Ю. Ю., 2018

фінансові потоки йдуть від фінансово-дефіцитних секторів до фінансово-надлишкових. Держава надає підтримку у вигляді фінансової допомоги та пільгових кредитів комерційним фірмам – початківцям.

Існує рух фінансових коштів і всередині секторів. Так, комерційні фірми надають одна одній фінансові послуги, утворюючи кредиторську та дебіторську заборгованості. Однак, ці грошові потоки взаємно погашаються, якщо розглядати сектор загалом.

Німецький фондовий ринок за величиною є четвертим у світі. Він є одним із найдавніших і найрозвиненіших, добре організованих і технічно оснащених фондових ринків у світі. Його характерною особливістю є переважання боргових цінних паперів.

У Німеччині основні вкладення припадають на банківський сектор. При цьому види вкладів є надзвичайно різноманітними. Наступним за величиною сектором є вкладення у страхові та пенсійні фонди. На третьому місці – ринок облігацій, потім – вкладення в акції через пайові інвестиційні фонди і на останньому місці – прямі вкладення в акції. Вони є найризикованішими, але забезпечують інвестору найбільшу прибутковість [7].

Для структури німецького ринку цінних паперів характерними є горизонтальна та вертикальна сегментація. Вертикальна сегментація стосується поділу загального обсягу торгівлі акціями серед сегментів ринку, які сильно відрізняються за окремими значеннями обсягів торгівлі.

Біржовий закон залежно від вимог випуску розрізняє три групи цінних паперів. На підставі критерію розподілу загальної біржової торгівлі акціями у вертикальному сегменті виділяють три ринки: офіційний, урегульований ринок і вільний обіг [2; 7].

На офіційному ринку компанії повинні дотримуватися суворих правил і несуть відповідальність за публікації. За ліцензійними вимогами підприємство повинно існувати вже не менше трьох років і представити передбачувану курсову вартість акцій, що випускаються, або за необхідності власний капітал якого повинен становити щонайменше 1,25 млн євро. Кількість акцій у вільному обігу, у свою чергу, повинна бути не менше 10 000 і становити частку у 25 % [2; 7].

Врегульований ринок є законно оформленим сегментом ринку і регулюється Європейським Союзом. Він підпорядковується офіційному ринку.

Важливими умовами для первинної реєстрації акцій на врегульованому ринку є існування емітента як компанії не менше трьох років, мінімальна кількість акцій – 10000 од., обов'язкові публікації затверджених документів із зазначенням інформації, необхідної для оцінки цінних паперів, публікація звітів про прибутки та збитки, грошові потоки за останні три роки, а також звіт про фінансовий стан за попередній рік.

Цінні папери, які не беруть участі у торгівлі ані на офіційному, ані на врегульованому ринку, можуть бути допущені до торгівлі у вільному обігу через біржового посередника. Хід такої торгівлі регулює Торговий кодекс [7].

Німецький ринок цінних паперів поряд із вертикальною сегментацією має горизонтальний розподіл. Для горизонтальної сегментації характерним є те, що акції підприємств можуть торгуватися відразу на кількох із восьми фондових бірж і поза біржою.

У Німеччині існують одна національна та сім регіональних фондових бірж. Біржі розташовуються у Берліні, Бремені, Дюссельдорфі, Гамбурзі, Ганновері, Мюнхені, Штутгарді та Франкфурті. Серед восьми фондових бірж Франкфуртська є найбільшою, вона має міжнародне значення. Саме на цій біржі реалізують понад 75 % усього біржового обігу.

Порівняльну характеристику ринків цінних паперів України та Німеччини подано в табл. 1 [1–3; 7].

Таблиця 1

Порівняльна характеристика ринку цінних паперів України та Німеччини

Критерії	Ринок цінних паперів України	Ринок цінних паперів Німеччини
1	2	3
Закон, що врегульовує діяльність	Закон України «Про цінні папери та фондовий ринок»	Закон Німеччини «Про торгівлю цінними паперами»
Класифікація структури ринку	1. Залежно від емісій цінних паперів: – первинний; – вторинний. 2. Залежно від місця проведення угод із цінними паперами: – біржовий; – позабіржовий; – торгівля через прилавок. 3. Залежно від ступеня регулювання: – національний; – місцевий	1. Залежно від емісій цінних паперів: – первинний; – вторинний. 2. Залежно від місця проведення угод із цінними паперами: – біржовий; – позабіржовий. 3. Залежно від ступеня регулювання: – офіційний; – врегульований; – вільний обіг цінних паперів

Закінчення табл. 1

1	2	3
Методи розміщення емісій	– приватний; – публічний	– приватний; – публічний
Професійні учасники	– депозитарії; – торговці цінними паперами; – зберігачі; – організатори торгівлі	– вільні маклери; – офіційні курсові маклери
Додаткові вимоги для емітентів	Наявні	Наявні
Ступінь регулювання	– саморозвиток і самоорганізація; – державний контроль	Мінімальний рівень нагляду та контролю
Державне врегулювання	Жорстке державне регулювання	Формальне державне регулювання

Бачимо (табл. 1), що український і німецький ринки цінних паперів мають спільні ознаки, однак, розвиток ринків істотно відрізняється. Український ринок цінних паперів поступається німецькому через недостатній розвиток реальної інфраструктури ринку, відсутність чіткої взаємодії між існуючими електронними системами ринку, суперечності у законодавчій базі України.

Таким чином, запозичення Україною німецького досвіду ведення діяльності на фондовому ринку може створити сприятливі умови для розвитку та успішного функціонування вітчизняного ринку. Певна подібність за окремими критеріями, виявлена у процесі порівняльного аналізу, дає підстави розглядати це як перспективний напрям. Особливості функціонування ринку цінних паперів Німеччини визначають шляхи вдосконалення для вітчизняного фондового ринку та сприяють актуалізації його розвитку.

Науковий керівник – канд. екон. наук, викладач Давиденко Д. О.

Література: 1. Базилевич В. Д. Фондовий ринок : підручник / за ред. В. Д. Базилевича. Київ : Знання, 2015. 622 с. **2.** Karhen T. Segmentierte Aktienmärkte. Wiesbaden : Springen Fahmedin, 2012. 224 p. **3.** Про цінні папери та фондовий ринок : Закон України від 23.02.2006 № 3480-IV // База даних «Законодавство України» / Верховна Рада України. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3480-15/ed20060223. **4.** Gesetz über den Wertpapierhandel. URL: https://www.gesetze-im-internet.de/wphg/WpHG.pdf. **5.** Національна комісія з цінних паперів та фондового ринку // Офіційний сайт Національної комісії з цінних паперів та фондового ринку. URL: http://www.ssmsc.gov.ua. **6.** Börse Frankfurt. URL: http://www.boerse-frankfurt.de. **7.** Васильєв О. В., Німкович А. І. Сучасні трансформації інфраструктури фондового ринку України та Європи. *Економіка розвитку.* 2016. № 4. С. 16–22. **8.** Руда О. Л. Функціонування фондового ринку України, проблеми та перспективи розвитку. *Глобальні та національні проблеми економіки.* 2015. № 6. С. 394–398.

ВИЗНАЧЕННЯ ЙМОВІРНОСТІ БАНКРУТСТВА ПІДПРИЄМСТВА ЗА ФІНАНСОВИМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ

УДК 658.14.17

Михайлова О. Д.

Магістрант 2 року навчання
фінансового факультету заочної форми навчання ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Проведено аналіз оцінювання ймовірності банкрутства із застосуванням моделей Альтмана Е., Ліса Р. та Спрінгейта Г. Визначено, що фінансовий стан аналізованого підприємства є стійким, а настання його банкрутства малоймовірно.*

Ключові слова: *підприємство, організація, фінанси, фінансові результати, банкрутство, оцінювання ймовірності банкрутства, багатофакторні моделі.*

Аннотация. *Проведен анализ оценки вероятности банкротства предприятия с использованием моделей Альтмана Э., Лиса Р. и Спрингейта Г. Определено, что финансовое состояние анализируемого предприятия устойчиво, а наступление банкротства маловероятно.*

Ключевые слова: *предприятие, организация, финансы, финансовые результаты, банкротство, оценка вероятности банкротства, многофакторные модели.*

Annotation. *The analysis of the assessment of the probability of bankruptcy of the enterprise using the models of Altman E., Lis R. and Springate G., it was determined that the financial condition of the analyzed company is stable, and the onset of its bankruptcy is unlikely.*

Keywords: *enterprise, organization, finances, financial results, bankruptcy, assessment of the probability of bankruptcy, multi-factor models .*

Закон України «Про відновлення платоспроможності боржника або визнання його банкрутом» визначає банкрутство як неспроможність юридичної особи – суб'єкта підприємницької діяльності задовольнити в установлений для цього термін пред'явлені до нього вимоги з боку кредиторів і виконати зобов'язання перед бюджетом, що є пов'язаним із браком активів у ліквідній формі [3].

Для визначення ймовірності банкрутства підприємства за фінансовими результатами розглянемо три моделі (табл. 1) [2].

Таблиця 1

Моделі визначення ймовірності банкрутства підприємства

Назва	Переваги
Модель оцінки ймовірності банкрутства на основі Z-критерію Альтмана Е.	Максимальна точність розрахунків
Модель оцінки фінансового стану Ліса Р.	– простота і швидкість розрахунків; – доступність необхідних для розрахунків даних; – можливість оцінити фінансовий стан та спрогнозувати банкрутство
Модель Спрінгейта Г.	Достатній рівень надійності прогнозу, точність приблизно 90 %

Системи прогнозування банкрутства, розроблені зарубіжними і вітчизняними науковцями, містять кілька ключових показників, що характеризують фінансовий стан підприємства. На їх підставі в більшості з методик розраховують комплексний показник ймовірності банкрутства з ваговими коефіцієнтами у індикаторів [2].

Найширше застосування серед методів прогнозування банкрутства отримала багатофакторна модель на підставі Z-критерію Альтмана Е., яку побудовано на виборі з 66 компаній 33 успішних і 33 компаній із високою ймовірністю настання банкрутства. Модель має високу точність розрахунків (до 95 %) [2].

Ймовірність банкрутства підприємства за моделлю Альтмана Е. визначають за формулою:

$$Z = 0{,}717X_1 + 0{,}847X_2 + 3{,}107X_3 + 0{,}42X_4 + 0{,}995X_5, \quad (1)$$

© Михайлова О. Д., 2018

де X_1 – відношення чистого оборотного капіталу до суми активів;

X_2 – частка формування активів за рахунок нерозподіленого прибутку;

X_3 – рентабельність активів, розрахована, виходячи з прибутку до виплати відсотків і податків;

X_4 – коефіцієнт співвідношення акціонерного капіталу та зобов'язань;

X_5 – коефіцієнт оборотності активів [2].

Оцінка ймовірності банкрутства:

1) $Z < 1{,}23$ – ймовірність банкрутства є дуже високою, підприємство практично є неспроможним (банкрутом);

2) $1{,}23 < Z < 2{,}89$ – ймовірність банкрутства є досить високою;

3) $Z > 2{,}89$ – ймовірність банкрутства є дуже низькою (табл. 2) [2].

Таблиця 2

Методика розрахунку та результати оцінки моделі Альтмана Е. для ДП «Елітне», 2014–2017 рр.

Показники	Формули розрахунку	Значення за роками, тис. грн			
		2014	2015	2016	2017
X_1	(р. 1195 – р. 1695) ф.1 / р. 1300 ф.1	0,48	0,54	0,56	0,60
X_2	р. 1420 ф.1 / р. 1300 ф.1	0,74	0,77	0,77	0,82
X_3	(р. 2290 + р.2250) ф.2 / р. 1300 ф.1	0,09	0,22	0,21	0,14
X_4	р. 1495 ф.1 / (р. 1595 + р.1695 + р.1700) ф.1	14,96	13,53	7,94	11,30
X_5	р. 2000 ф.2 / ф. 1300 ф.1	1,41	1,32	1,58	1,69

Модель Ліса Р. для оцінки фінансового стану оцінює схильність підприємства до банкрутства на підставі показників ділової активності та рентабельності. Ймовірність банкрутства підприємства за моделлю Ліса Р. визначають за формулою:

$$Z = 0{,}063X_1 + 0{,}092X_2 + 0{,}057X_3 + 0{,}001X_4, \quad (2)$$

де X_1 – відношення оборотного капіталу до суми активів;

X_2 – відношення прибутку від продажів до суми активів;

X_3 – відношення нерозподіленого прибутку до суми активів;

X_4 – відношення власного капіталу до позикового [1].

Граничне значення становить $Z < 0{,}037$. Чим вищим є значення Z, тим вищою є платоспроможність підприємства [1].

Методику розрахунку та результати оцінки моделі Ліса Р. для ДП «Елітне» у 2014–2017 рр. подано в табл. 3 [1].

Таблиця 3

Методика розрахунку та результати оцінки моделі Ліса Р. для ДП «Елітне», 2014–2017 рр.

Показники	Формули розрахунку	Значення за роками, тис. грн			
		2014	2015	2016	2017
X_1	р. 1195 ф.1 / р. 1300 ф.1	0,55	0,60	0,66	0,67
X_2	р. 2190 ф.1 / р. 1300 ф.1	0,08	0,20	0,17	0,11
X_3	р. 1420 ф.1 / р. 1300 ф.1	0,74	0,77	0,77	0,82
X_4	р. 1495 ф.1 / (р. 1595 + р.1695 + р.1700) ф.1	14,96	13,53	7,94	11,30

Модель Спрингейта Г. розроблено на підставі даних 50 підприємств із середнім балансом 2,5 млн дол. У процесі розробки моделі з 19 фінансових коефіцієнтів, які розглядалися як кращі, Спрингейт Г. відібрав чотири коефіцієнти, на підставі яких і побудовано цю модель [1].

Ймовірність банкрутства підприємства за моделлю Спрінгейта Г. визначають за формулою:

$$Z = 1{,}03A + 3{,}07B + 0{,}66C + 0{,}4D, \quad (3)$$

де A – відношення робочого капіталу до загальної вартості активів;

B – відношення оподатковуваного прибутку та відсотків до загальної вартості активів;

C – відношення оподатковуваного прибутку до короткотермінової заборгованості;

D – відношення обсягу продажів до загальної вартості активів [1].

Якщо показник Спрінгейта Г. $Z < 0{,}862$, підприємство вважають потенційним банкрутом, якщо $Z > 0{,}862$ – підприємство можна вважати таким, що функціонує нормально.

Методику розрахунку та результати оцінки моделі Спрінгейта Г. для ДП «Елітне» у 2014–2017 рр. подано в табл. 4 [1; 2].

Результати оцінювання ймовірності банкрутства ДП «Елітне» у 2014–2017 рр. подано в табл. 5 [1; 2].

За результатами оцінювання ймовірності банкрутства підприємства у 2014–2017 рр. за моделями Альтмана Е., Ліса Р. та Спрінгейта Г. можна стверджувати, що фінансовий стан підприємства ДП «Елітне» є стійким, а настання банкрутства – малоймовірним, що позитивно вплине на подальшу господарську діяльність підприємства та забезпечить у майбутньому одержання високих фінансових результатів.

За результатами оцінювання ймовірності банкрутства підприємства за моделлю Альтмана Е. за 2014–2017 рр. показники мають такі значення: у 2014 р. – 8,930, у 2015 р. – 8,736, у 2016 р. – 6,610 та у 2017 р. – 7,989. За аналізований період показник не сягнув критичної відмітки $Z < 1{,}23$, отже, оцінювання за моделлю Альтмана Е. показало, що ймовірність банкрутства підприємства ДП «Елітне» є дуже низькою.

Таблиця 4

Методика розрахунку та результати оцінки моделі Спрінгейта Г. для ДП «Елітне», 2014–2017 рр.

Показники	Формули розрахунку	Значення за роками, тис. грн			
		2014	2015	2016	2017
A	(р. 1195 – р. 1695) ф.1 / р. 1300 ф.1	0,48	0,54	0,56	0,60
B	(р. 2290 + р.2250) ф.2 / р. 1300 ф.1	0,09	0,22	0,21	0,14
C	р. 2290 ф.2 / р. 1695 ф.1	1,40	3,43	1,93	1,80
D	р. 2000 ф.2 / ф. 1300 ф.1	1,41	1,32	1,58	1,69

Таблиця 5

Результати оцінювання ймовірності банкрутства ДП «Елітне»

Назва моделі	Критеріальне значення	Значення за роками, тис. грн			
		2014	2015	2016	2017
Модель Альтмана Е.	$Z < 1{,}23$ – підприємство збанкрутує у найближчі роки	8,930	8,736	6,610	7,989
Модель Ліса Р.	$Z < 0{,}037$ – наближення до краху	0,099	0,114	0,110	0,111
Модель Спрінгейта Г.	$Z < 0{,}862$ – підприємство є потенційним банкрутом	2,258	4,032	3,118	2,912

Модель Ліса є більш збалансованою, вона також акцентує увагу на рівні прибутковості діяльності та рентабельності активів підприємства, а також на структурі активів і джерел їх фінансування. Як і за моделлю Альтмана Е., оцінювання за моделлю Ліса Р. свідчить про високий рівень фінансової стійкості підприємства та мінімальну загрозу банкрутства. Дискримінантний показник за нормативного значення понад 0,037 жодного разу за досліджуваний період не сягнув критичної відмітки. Він має стійку тенденцію до зростання: у 2014 р. цей показник становив

0,099, у 2015 р. – 0,114, у 2016 р. – 0,110, а у 2017 р. – 0,111. Такий результат є передусім обумовленим співвідношенням власного та позикового капіталу підприємства.

Оцінювання ймовірності банкрутства за моделлю Спрінгейта Г. показало такі значення: у 2014 р. – 2,258, у 2015 р. – 4,032, у 2016 р. – 3,118 та у 2017 р. – 2,912. За досліджуваний період показник не сягнув критичної відмітки $Z < 0{,}862$, за значення показника $Z > 0{,}862$ підприємство можна вважати таким, що функціонує нормально.

Таким чином, застосування цих методик дає змогу не лише оцінювати ймовірність настання банкрутства підприємства, але й виявляти слабкі місця в діяльності та розробляти обґрунтовані рекомендації щодо покращення фінансового стану і підвищення рівня його фінансової стійкості.

Науковий керівник – д-р екон. наук, професор Внукова Н. М.

Література: 1. Андрушко О. Б., Горбачевська М. Р. Моделювання діагностики кризового стану та загрози банкрутства підприємства. *Вісник національного університету «Львівська політехніка».* 2006. № 2. С. 158–163. **2.** Іващенко О. В., Крисак О. І. Діагностика банкрутства підприємства. *Держава та регіони.* 2006. № 5. С. 129–131. **3.** Про відновлення платоспроможності боржника або визнання його банкрутом : Закон України від 14.05.1992 № 2343-XII // База даних «Законодавство України» / Верховна Рада України. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2343-12/ed19920514.

ФОРМУВАННЯ ФІНАНСОВИХ РЕЗУЛЬТАТІВ ЯК ЕЛЕМЕНТ ПРОЦЕСУ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

УДК 658.14/.17

Михайлова О. Д.

Магістрант 2 року навчання
фінансового факультету заочної форми навчання ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Визначено теоретичні аспекти поняття «банкрутство підприємства». Розглянуто види банкрутства підприємства. Проаналізовано передумови, причини та наслідки банкрутства вітчизняних підприємств.*

Ключові слова: *підприємство, організація, фінанси, фінансові результати, фінансовий стан, платоспроможність, криза, кризовий стан, антикризове управління, банкрутство, види банкрутства.*

Аннотация. *Определены теоретические аспекты понятия «банкротство предприятия». Рассмотрены виды банкротства предприятия. Проанализированы предпосылки, причины и последствия банкротства отечественных предприятий.*

Ключевые слова: *предприятие, организация, финансы, финансовые результаты, финансовое состояние, платежеспособность, кризис, кризисное состояние, антикризисное управление, банкротство, виды банкротства.*

Annotation. *The theoretical aspects of the concept of «bankruptcy of an enterprise» are defined. The types of bankruptcy of the enterprise are considered. Analyzed the causes, causes and consequences of bankruptcy of domestic enterprises.*

© Михайлова О. Д., 2018

Keywords: *enterprise, organization, finance, financial results, financial condition, solvency, crisis, crisis state, crisis management, insolvency of an enterprise, bankruptcy, types of bankruptcy.*

Закон України «Про відновлення платоспроможності боржника або визнання його банкрутом» визначає банкрутство як неспроможність юридичної особи – суб'єкта підприємницької діяльності задовольнити в установлений для цього термін пред'явлені до нього вимоги з боку кредиторів і виконати зобов'язання перед бюджетом, що є пов'язаним із браком активів у ліквідній формі [3].

Питанню визначення ймовірності банкрутства підприємства зарубіжні та вітчизняні науковці приділяють чимало уваги. Розробкою методик і критеріїв прогнозування банкрутства займалися провідні науковці, серед них Альтман Е., Бівер У., Ліс Р., Спрінгейт Г., Таффлер Д., Тішоу Г., Дюран Д., Сайфуллін Р., Кадиков Г., Ковальов В., Терещенко О., Лігоненко Л., Жук І., Тесленко Т. та ін.

Банкрутство є одним із ключових елементів ринкової економіки й інституту розвиненої системи громадського та торговельного права, механізмом, що дає змогу уникнути катастрофи й вигідно розпорядитися коштами [1].

Суб'єктом банкрутства (банкрутом) може бути лише суб'єкт підприємницької діяльності, не можуть бути визнані банкрутом відокремлені структурні підрозділи господарської організації.

У законодавчій і фінансовій практиці виділяють кілька видів банкрутства підприємства (табл. 1) [2].

Таблиця 1

Види банкрутства підприємства

Вид	Характеристика
Реальне	Повна нездатність підприємства відновити в майбутньому періоді свою фінансову стійкість і платоспроможність через реальні втрати використовуваного капіталу. Катастрофічний рівень втрат капіталу не дозволяє такому підприємству здійснювати ефективну господарську діяльність у майбутньому, унаслідок чого його оголошують банкрутом юридично
Технічне	Стан неплатоспроможності підприємства, що є спричиненим істотним простроченням його дебіторської заборгованості. При цьому розмір дебіторської заборгованості перевищує розмір кредиторської заборгованості підприємства, а сума його активів значно перевершує обсяг його фінансових зобов'язань. Технічне банкрутство за ефективного антикризового управління підприємством, включаючи його сканування, зазвичай не призводить до його юридичного банкрутства
Навмисне	Навмисне створення (або збільшення) керівником чи власником підприємства неплатоспроможності; нанесення ними економічного збитку підприємству в особистих інтересах або в інтересах інших осіб; завідомо некомпетентне фінансове управління. Виявлені факти навмисного банкрутства підлягають переслідуванню у кримінальному порядку
Фіктивне	Завідомо неправдиве оголошення підприємства про свою неспроможність задля введення в оману кредиторів для отримання від них відстрочки (розстрочки) виконання своїх кредитних зобов'язань або знижки з суми кредитної заборгованості; такі дії також підлягають переслідуванню у кримінальному порядку

Існують цілком конкретні передумови виникнення тотальної заборгованості та цілковитої неплатоспроможності підприємства (організації) (рис. 1) [4].

Причини банкрутства підприємств (організацій) можуть бути дуже різними; їх розподіляють на дві групи (рис. 2) [1].

Негативними наслідками банкрутства є те, що:

– фінансово неспроможне підприємство генерує серйозні фінансові ризики для підприємств, які успішно працюють, завдаючи їм суттєвих економічних збитків, чим зумовлено зниження загального потенціалу економічного розвитку;

– фінансово неспроможне підприємство ускладнює формування доходної частини державного бюджету та позабюджетних фондів, уповільнюючи реалізацію передбачених державних програм економічного розвитку;

– неефективно використовуючи надані йому Радою кредитні ресурси у товарній і грошової формі, фінансово неспроможне підприємство спричиняє зниження загальної норми прибутку із капіталу, вживаного у сфері підприємництва;

– через вимушене скорочення обсягів своєї господарської діяльності у зв'язку із фінансовими труднощами такі підприємства генерують скорочення кількості робочих місць і зайнятих у виробництві, посилюючи цим соціальну напруженість у країні [1].

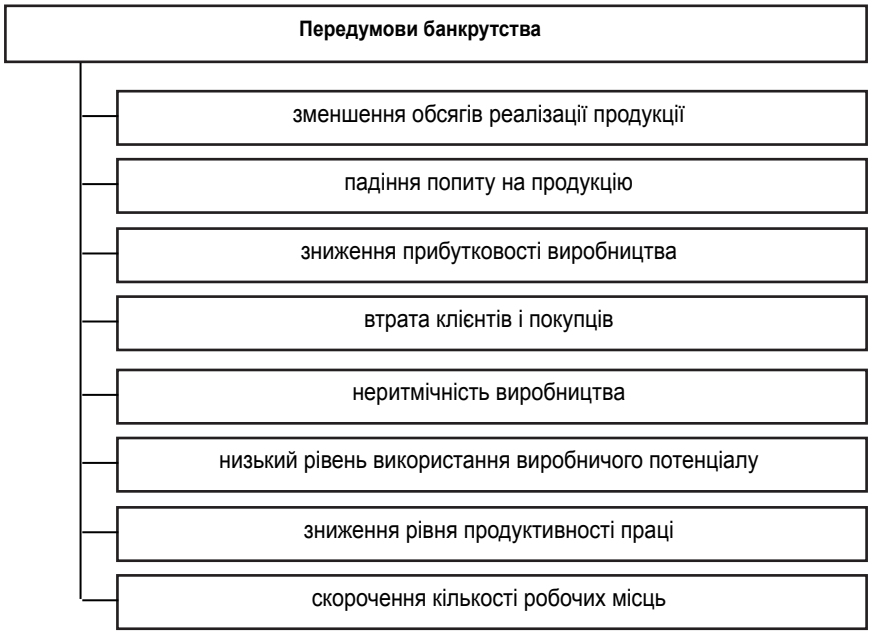


Рис. 1. **Основні передумови банкрутства підприємства**

Рис. 2. **Причини банкрутства підприємства**

Таким чином, ефективне формування фінансових результатів є варіантом прийняття рішень щодо генерування доходів та оптимізації витрат, що забезпечує підвищення рівня ефективності підприємства в цілому.

Науковий керівник – д-р екон. наук, професор Внукова Н. М.

Література: 1. Андрушко О. Б., Горбачевська М. Р. Моделювання діагностики кризового стану та загрози банкрутства підприємства. *Вісник національного університету «Львівська політехніка».* 2006. № 2. С. 158–163. **2.** Іващенко О. В., Крисак О. І. Діагностика банкрутства підприємства. *Держава та регіони.* 2006. № 5. С. 129–131. **3.** Про відновлення платоспроможності боржника або визнання його банкрутом : Закон України від 14.05.1992 № 2343-XII // База даних «Законодавство України» / Верховна Рада України. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2343-12/ed19920514.

CASHLESS PAYMENTS: THE CURRENT STATE AND DEVELOPMENT PROSPECTS

UDC 331.1:004

D. Mordovina

The 1-st year student
of the Faculty of Economics and Law of KhNEU S. Kuznets

Annotation. *The role and significance of foreign capital are investigated. Its influence on the development strategies of domestic banks, their competitiveness, financial stability of the banking system of Ukraine and the economic security of the state as a whole are considered. The rating of the most financially successful banks of foreign banking groups at the beginning of 2017 was determined. A system of measures was proposed to optimize and ensure the financial security of the banking system of Ukraine in the process of attracting foreign capital.*

Keywords: *bank, banking institution, banking system, state banks, finance, financial result, profit, capital, foreign capital, banks of foreign banking groups, controlling stakes, authorized capital, assets of banks, foreign investments.*

Анотація. *Досліджено роль і значення іноземного капіталу. Розглянуто його вплив на стратегії розвитку вітчизняних банків, їх конкурентоспроможність, фінансову стійкість банківської системи України та економічну безпеку держави в цілому. Визначено рейтинг фінансово найуспішніших банків іноземних банківських груп на початок 2017 р. Запропоновано систему заходів щодо оптимізації та гарантування фінансової безпеки банківської системи України у процесі залучення іноземного капіталу.*

Ключові слова: *банк, банківська установа, банківська система, державні банки, фінанси, фінансовий результат, прибуток, капітал, іноземний капітал, банки іноземних банківських груп, контрольні пакети акцій, статутний капітал, активи банків, іноземні інвестиції.*

Аннотация. *Исследованы роль и значение иностранного капитала. Рассмотрено его влияние на стратегии развития отечественных банков, их конкурентоспособность, финансовую стойкость банковской системы Украины и экономическую безопасность государства в целом. Определен рейтинг наиболее финансово успешных банков иностранных банковских групп на начало 2017 г. Предложена система мероприятий по оптимизации и обеспечению финансовой безопасности банковской системы Украины в процессе привлечения иностранного капитала.*

Ключевые слова: *банк, банковское учреждение, банковская система, государственные банки, финансы, финансовый результат, прибыль, капитал, иностранный капитал, банки иностранных банковских групп, контрольные пакеты акций, уставной капитал, активы банков, иностранные инвестиции.*

The modern stage of logistics development in Ukraine, which belongs to large industrial and agrarian countries of the world, is characterized by complex social and economic processes of creating an efficient market economy and logically needs radical changes in economic policy. First of all, it concerns the agricultural sector, since this sector is the base for the implementation of market reforms in all sectors of the economy. Agrarian reform is a set of priority measures aimed at creating a favorable economic environment for agriculture development and an early exit from its crisis. One of the tools of developed market economy should be agricultural logistics.

The use of logistic approaches in Ukrainian enterprises management in general and logistic approaches in inventory management is a relatively new direction in agriculture, these approaches are only emerging. However, the majority of agricultural enterprises have fully appreciated the role and high efficiency of logistics, so it is time for the development of scientific methods, models of planning, control and management processes that arise in the process of providing agricultural enterprises with raw materials and materials, to bring agricultural products to the consumer etc.

Logistics management is extremely important for agricultural enterprises, because logistics management is addressing production challenges by planning and coordination of material and the related financial and information flows in the whole logistic chain. The specificity of agricultural production causes certain features of application of logistic management methods in general and stocks in particular [2].

At present, in the opinion of Ukrainian scientists in the field of logistics, there are several factors constraining the development of modern agricultural logistics in Ukraine, in particular, it is the economic crisis, which has not finished yet, the incomplete solution of the question of ownership; decline in production; imperfect accounting system; there are deficiencies in professional training, etc. In addition, fundamental changes in the structure of enterprises and the creation

© D. Mordovina, 2018

of more flexible organizational structures are necessary. The researchers still put the lack of proper state approach to the problems of logistics on the first place, which is manifested in the absence of appropriate facilities and investment in the development of the industry, the lack of the state program of logistics development [1].

Today, finding ways to reduce costs takes place in the direction of improving the management of supply, sales and storage of goods, improving marketing activities, deepening cooperation between suppliers and etc. The concept of integration of all these processes is called logistics. Attempts to minimize the total costs and to improve quality are not accidental. In countries with developed market economies, the distribution sector typically accounts for about one third of the gross national product. Moreover, almost half of this figure accounts for storage of material resources stocks [3].

Agricultural logistics can improve the efficiency of transportation and storage of agricultural products in Ukraine. So that the final product was competitive, it is essential that all participants in the logistics chain considered logistics not as a series of separate activities but as a single integrated system that allows to work together and to achieve the minimization of total costs. In this case, it is possible to ensure the supply of goods at low prices not at the expense of quality, but through the concerted actions of all its members [3].

Today, the main directions of improving the system of agricultural logistics in the enterprises of Ukraine, in our opinion, are:

– adoption of the national programme of agricultural logistics development on the example of the leading countries of the world;

– agrarian sector reforming and the development of an appropriate regulatory framework that would regulate work of agricultural enterprises;

– development and implementation of an appropriate system of financing agricultural logistics;

– improvement of investment attractiveness of the logistics sector through the introduction of special tax regimes and preferential customs tariffs for the enterprises in a certain period of time (one-three years) [2; 3].

Thus, agricultural logistics offers relatively new and extremely effective mechanism that can bring a new level of agriculture in Ukraine. Today, agricultural logistics is at the stage of its development in the country, provided overcoming the main obstacles to the development of this trend and create conditions for improving agricultural logistics for enterprises in agribusiness it is possible to expect high performance of this industry.

Supervisor – teacher Gontarenko I. S.

Literature: 1. Chen T., Larsen K. The economics of transportation systems: a reference for practitioners. Center for Transportation Research ; The University of Texas at Austin, 2013. 310 p. **2.** Смирнов И. Г., Шматок О. В. Агрологистика в Украине: современное состояние, проблемы и перспективы. *Псковский регионологический журнал.* 2014. № 18. С. 15–27. **3.** Величко О. П. Логістика в системі менеджменту підприємств аграрного сектора економіки : монографія. Дніпропетровськ : Акцент, 2015. 526 с.

РЕАЛІЗАЦІЯ МЕТОДОЛОГІЧНОГО ПІДХОДУ ДО ПОЗИЦІОНУВАННЯ БУДІВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА ЗА РЕЗУЛЬТАТАМИ ФІНАНСОВОЇ ТА ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

УДК 65.012.23

Мороз Т. Ю.

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

Анотація. *Із застосуванням матриці Франшона–Романе на підставі показника фінансово-господарської діяльності визначено положення будівельного підприємства ПАТ «Інтербуд» у матриці фінансових стратегій. Наведено рекомендації щодо формування оптимальної фінансової стратегії підприємства, розглянуто напрями його подальшого розвитку.*

Ключові слова: *підприємство, 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 строительного предприятия ОАО «Интерстрой» в матрице финансовых стратегий. Приведены рекомендации по формированию оптимальной финансовой стратегии предприятия, рассмотрены направления его дальнейшего развития.*

Ключевые слова: *предприятие, 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 on the basis of the financial and business performance indicator, the position of the construction enterprise «Interstroy OJSC» in the financial strategy matrix was determined. The recommendations on the formation of the optimal financial strategy of the company are given, the directions of its further development are considered.*

Keywords: *enterprise, 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.*

Нині існують чимало різних підходів до формування фінансової стратегії, але вони приділяють увагу окремим аспектам фінансової діяльності підприємства. Відсутністю єдиного системного підходу зумовлено широку варіативність трактувань дефініції «фінансова стратегія» та неможливість аналізу її використання на різних підприємствах.

Метою написання статті є визначення стадії фінансового розвитку підприємства будівельної галузі, оцінка наявних стратегічних альтернатив на підставі матриці Франшона–Романе та надання рекомендацій щодо формування оптимальної фінансової стратегії з урахуванням галузевого аспекту.

Метою фінансової стратегії є забезпечення стійкого становища підприємства на ринку, що базується на ефективному формуванні та використанні фінансових ресурсів. У процесі складання фінансової стратегії розрізняють такі етапи:

– установлення періоду формування стратегії;
– визначення стратегічних цілей;
– розробка фінансової політики;
– конкретизація показників цілей стратегії;
– оцінка розробленої фінансової стратегії;
– реалізація фінансової стратегії [5].

Обгрунтована фінансова стратегія є основою для забезпечення життєздатності будь-якого суб'єкта господарювання у довгостроковій перспективі. Особливістю здійснення стратегічного фінансового аналізу є те, що він є не лише ретроспективним, але і прогнозним. Однією з найвідоміших стратегічних фінансових моделей є матриця Франшона–Романе [5].

© Мороз Т. Ю., 2018

Її основоположними категоріями є результат господарської діяльності (РГД), результат фінансової діяльності (РФД) та результат фінансово-господарської діяльності (РФГД).

В Україні використовують лише один комплексний підхід до оцінки фінансової стратегії, заснований на побудові матриці Франшона–Романе. Цей підхід дає змогу приймати об'єктивні рішення щодо комплексності використання фінансових ресурсів, які спрямовуються на досягнення поставленої мети фінансової стратегії. Матриця Франшона–Романе дає змогу розглядати проблему співвідношення мети та ресурсного потенціалу розвитку підприємства в динаміці, формулювати фінансову стратегію, визначати пріоритетні сфери фінансового розвитку, які забезпечують її реалізацію, модифікувати фінансову стратегію. Однак, необхідно враховувати специфічні риси функціонування підприємств різних галузей і відображати їх у показниках оцінки.

Результат господарської діяльності є сумою коштів, що залишається у розпорядженні підприємства після фінансування виробничого розвитку. Цей показник розраховують за формулою:

$$РГД = БР - \Delta ФЕП - \Delta ОФ + ІД, \quad (1)$$

де *БР* – брутто-результат від експлуатації інвестицій;

Δ*ФЕП* – зміна фінансово-експлуатаційних потреб;

Δ*ОФ* – зміна первісної вартості основних фондів за звітний період;

ІД – інші доходи [4].

Результат фінансової діяльності є зміною обсягу заборгованості підприємства, скоригованою на обсяг фінансових витрат (відсотків за кредит), дивідендних і податкових виплат. Цей показник розраховують за формулою:

$$РФД = \Delta ПК - Вф - ПП - Д + Дук - Вук - ФІд + Дф, \quad (2)$$

де Δ*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.

Для побудови матриці використовуватимемо фінансову звітність ПАТ «Інтербуд» за 2014–2016 рр.; результати розрахунків подано в табл. 1 [4].

Таблиця 1

Розрахунок показника результату господарської діяльності

Показник	Умовні позначення	2014	2015	2016
1	2	3	4	5
1. Додана вартість	*ДВ*	1149	1024	978
1.1. Вартість виробленої продукції	*ТП*	903	881	861
1.2. Запаси готової продукції	*ГП ср*	0	0	0
1.3. Незавершене виробництво	*НЗВ ср*	0	0	0
1.4. Вартість спожитих матеріальних засобів виробництва	*МВ*	246	143	117
2. Брутто-результат експлуатації інвестицій	*БРЕІ*	690,8	657,23	568,31
2.1. Податок на додану вартість	*ПДВ*	129,2	155,76	220,68
2.2. Витрати на оплату праці	*ВП*	83	68	72
2.3. Матеріальні витрати	*МВ*	246	143	117
2.4. Обов'язкові платежі, що є пов'язаними з оплатою праці	*ОП*	31	26	26
3. Зміна величини фінансово-експлуатаційних потреб	*Δ ФЕП*	0	112,2	-21,4
3.1. Матеріальні запаси на початок періоду	*Започ*	4	4	24,2
3.2. Матеріальні запаси на кінець періоду	*Запкін*	4	24,2	6,90
3.3. Дебіторська заборгованість підприємства на початок періоду	*ДЗпоч*	264,1	264,1	349,1
3.4. Дебіторська заборгованість підприємства на кінець періоду	*ДЗкін*	264,1	349,1	349,1

Закінчення табл. 1

1	2	3	4	5
3.5. Кредиторська заборгованість підприємства на початок періоду	*Крпоч*	67,1	67,1	60,1
3.6. Кредиторська заборгованість підприємства на кінець періоду	*Кркін*	67,1	60,1	64,2
3.7. ФЕП на початок періоду	*ФЕП1*	201	201	313,2
3.8. ФЕП на кінець періоду	*ФЕП2*	201	313,2	291,8
4. Виробничі інвестиції	*ВІ*	0	0	-117,6
5. Звичайні продажі майна	*ПМ*	0	0	0
Результат господарської діяльності	*РГД*	690,8	545,03	707,31

Результат фінансово-господарської діяльності дає змогу оцінити обсяг вільних грошових коштів підприємства після фінансування його виробничого розвитку. Кількісно результат господарської діяльності розраховують за формулою:

$$РФГД = РГД + РФД, \quad (3)$$

де *РГД* – результат господарської діяльності;

РФД – результат фінансової діяльності.

Результати розрахунків подано в табл. 2 [4].

Таблиця 2

Розрахунок показників результату фінансової діяльності та результату фінансово-господарської діяльності

Показник	Умовні позначення	2014	2015	2016
1. Зміна позикових коштів підприємства	*ПК*	0	0	0
2. Відсотки банку	*ВБ*	0	0	0
3. Податок на прибуток	*ПП*	0	0	0
4. Виплачені дивіденди	*ВД*	0	0	0
5. Суми, отримані від емісії акцій	*ЕА*	0	0	0
6. Кошти, вкладені у статутні фонди інших підприємств	*СФ*	-46	-53,5	-53,8
7. Довгострокові фінансові вкладення	*ДФ сер*	0	0	0
8. Відрахування, отримані від прибутку заснованих підприємств, і доходи від інших довгострокових фінансових вкладень	*ОПУ*	0	0	0
Результат фінансової діяльності	*РФД*	46	53,5	53,8
Результат фінансово-господарської діяльності	*РФГД*	736,8	598,53	761,11

На підставі значень цих показників здійснюють позиціонування підприємства у матриці фінансових стратегій Франшона–Романе (табл. 3) [4].

Таблиця 3

Позиціонування ПАТ «Інтербуд» у матриці фінансових стратегій Франшона–Романе, 2014–2016 рр.

	РФД < 0	*РФД* ≈ 0	*РФД* > 0
РГД > 0	1. Батько сімейства	4. Рантьє 2014 2015 2016	6. Холдинг
РГД ≈ 0	7. Епізодичний дефіцит	2. Стійка рівновага	5. Атака
РГД < 0	9. Кризовий стан	8. Дилема	3. Хитка рівновага

Розглянемо можливі положення суб'єкта господарювання у матриці фінансових стратегій Франшона–Романе та ймовірні шляхи їх зміни.

Квадрант 1. Батько сімейства. Фактичні темпи приросту капіталу є меншими за можливі, тобто задіяні не всі ресурси; можливий перехід до квадрантів 4; 2 і 7.

Квадрант 2. Стійка рівновага. Суб'єкт господарювання не женеться за конкурентами, водночас не є останнім на ринку. У цій ситуації суб'єкт господарювання перебуває у стані фінансової рівноваги і має найбільшу кількість можливих варіантів зміни фінансового положення: квадранти 1; 4; 7; 5; 3 і 6.

Квадрант 3. Хитка рівновага. Стан характеризується відсутністю власних вільних засобів і використанням залученого капіталу. Для усунення негативного ефекту від зростання позикового капіталу суб'єкту господарювання необхідно:

– прискорити оборотність фінансових ресурсів, наприклад знизити ціну реалізації продукції (товарів, робіт і послуг), не надавати споживачам (замовникам) відстрочку платежів;

– збільшити власний капітал, наприклад за рахунок додаткової емісії акцій. Якщо суб'єкту господарювання вдається реалізувати подібну фінансову політику, існує можливість переміститися до квадранта 5, за інших умов – до квадранта 8.

Квадрант 4. Рантьє. Наявність вільних засобів для здійснення проектів при використанні позикового капіталу, однак, суб'єкт господарювання не прагне вкладати їх у власне виробництво, а надає товарні кредити своїм споживачам (замовникам); існує можливість переміститися до квадрантів 1; 2; 7.

Квадрант 5. Атака. Надлишок власних засобів дозволяє розширити свій сегмент ринку; ймовірний перехід до квадрантів 2; 8 і 6.

Квадрант 6. Холдинг. Суб'єкт господарювання, що перебуває у цьому квадранті, створює дочірні суб'єкти господарювання. Зазвичай це відбувається за рахунок позикового капіталу; існує ймовірність переміститися до квадрантів 4; 5.

Квадрант 7. Епізодичний дефіцит. Дефіцит ліквідних засобів через неспівпадіння термінів надходження і витрачання засобів; ймовірний перехід до квадрантів 2; 8; 9.

Квадрант 8. Дилема. Незважаючи на збільшення довгострокових і поточних зобов'язань, суб'єкт господарювання постійно відчуває нестачу ліквідних активів; ймовірний перехід до квадрантів 7; 9.

Квадрант 9. Кризовий стан. Вказує на збитковість суб'єкта господарювання, його неліквідність і неплатоспроможність. Необхідність зменшувати всі інвестиції або дробити суб'єкт господарювання. Потреба у фінансовій підтримці; ймовірний перехід до квадрантів 6; 7.

Таким чином, підприємство ПАТ «Інтербуд» потрапило до квадранта 4. Це свідчить про те, що підприємство задовольняється помірними порівняно зі своїми можливостями темпами зростання обігу і підтримує заборгованість на нейтральному рівні. За такої ситуації все залежить від рівня й динаміки економічної рентабельності. Виробничі потреби повністю забезпечуються власними фінансовими ресурсами, фінансовий стан підприємства є стійким. Власних коштів достатньо для виробничого фінансування розвитку. Обсяги заборгованості практично не змінюються або змінюються лише в міру фінансових. Структура джерел фінансування є оптимальною, планові обсяги діяльності повністю забезпечені фінансовими ресурсами

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

Література: 1. Бланк І. О., Ситник Г. В., Корольова-Казанська О. В., Ганечко І. Г. Фінансова стратегія підприємства : монографія. Київ : КНТЕУ, 2009. 148 с. **2.** Кузьмін О. Є., Петришин Н. Я., Дорошкевич К. О. Стратегічна діяльність підприємств: технології планування та побудова карт : монографія. Львів : Міські інформаційні системи, 2011. 320 с. **3.** Гевлич Л. Л. Стратегічна діагностика підприємства : монографія. Донецьк : Юго-Восток, 2007. 198 с. **4.** Тимофеева Е. С. Анализ моделей формирования финансовой стратегии как фактора экономического поведения фирмы. *Ярославский педагогический вестник.* 2012. № 3. С. 92–96. **5.** Грант Р. М. Современный стратегический анализ / пер. с англ. под ред. В. Н. Фунтова. СПб. : Питер, 2008. 560 с.

ФАКТОРНИЙ АНАЛІЗ ЯК ІНСТРУМЕНТ СЕГМЕНТАЦІЇ КЛІЄНТСЬКОЇ БАЗИ ПІДПРИЄМСТВА ТОВ «ТПК «ОМЕГА-АВТОПОСТАВКА»

УДК 336.771

Муравльов Д. О.

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

Анотація. *Розглянуто сутність факторного аналізу як методу сегментації клієнтської бази підприємства. Визначено основні характеристики, проаналізовано можливості використання в маркетинговій діяльності.*

Ключові слова: *підприємство, організація, статистичний метод аналізу, факторний аналіз, фінансово-господарська діяльність, сегментація, клієнтська база, етапи факторного аналізу.*

Аннотация. *Рассмотрена сущность факторного анализа как метода сегментации клиентской базы предприятия. Определены основные характеристики, проанализированы возможности использования в маркетинговой деятельности.*

Ключевые слова: *предприятие, организация, статистический метод анализа, факторный анализ, финансово-хозяйственная деятельность, сегментация, клиентская база, этапы факторного анализа.*

Annotation. *The essence of factor analysis as a method of segmentation of the client base of the enterprise is considered. The main characteristics are determined; the possibilities of use in marketing activities are analyzed.*

Keywords: *enterprise, organization, statistical method of analysis, factor analysis, financial and economic activity, segmentation, customer base, stages of factor analysis.*

На сучасному етапі розвитку ринкових відносин метою будь-якого підприємства є забезпечення його економічного зростання. Підприємства можуть досягти цього шляхом окреслення та виконання заходів, що є спрямованими на підвищення конкурентоспроможності продукції та ефективності використання маркетингових інструментів просування. Одним із таких заходів залишається вдосконалення програми аналізу й оцінки поведінки споживача.

Для оцінки споживчих характеристик товару підприємства застосовують факторний аналіз. Актуальність факторного аналізу є визначуваною необхідністю вчасно реагувати на зміни, що відбуваються у процесі функціонування підприємства за умов нестабільного ринкового середовища.

Дослідженням можливостей використання факторного аналізу в процесі оцінки конкурентоспроможності підприємства займалися і займаються чимало науковців, серед них Портер М., Азоєв Г., Кілерман Г., Клименко С., Райзберг Б. та ін.

Щоб програма просування товарів і послуг підприємства була найдієвішою, її необхідно розробляти на підставі сегментації клієнтської бази, аби існував цільовий вплив на кожний сегмент з урахуванням їх особливостей.

ТОВ «ТПК «Омега-Автопоставка» має свою клієнтську базу, що охоплює приблизно 9000 клієнтів. Усіх клієнтів розділено на чотири напрямки за особливостями діяльності:

– корпоративні клієнти;

– клієнти B2B;

– оптові клієнти;

– конкуренти.

Найвагомішим сегментом за кількістю клієнтів і виручкою від реалізації є сегмент B2B-клієнтів. Тому саме для нього розроблятимемо програму просування товарів. Для кращого розуміння складу сегмента за ним проведемо факторний аналіз.

Факторний аналіз належить до класу статистичних методів багатовимірного аналізу, у яких розв'язують завдання редукції вихідних ознак (змінних) до невеликого набору факторів, максимально охоплюючи сумарну дисперсію сукупності вихідних даних [1].

© Муравльов Д. О., 2018

Ці фактори відображають внутрішні взаємозв'язки між вихідними змінними, які можуть бути суттєвими, а в більшості випадків і вирішальними для завдань сегментації. Залежно від завдань сегментації вихідні змінні можуть бути взяті довільно. До того ж факторний аналіз є дієвим інструментом для класифікації даних без жодних вихідних класифікаційних ознак. Ці ознаки (фактори) з'являються в ході аналізу і є комбінацією вихідних змінних. Характерно, що акцент у факторному аналізі робиться на дослідженні внутрішніх ознак, які формують специфіку досліджуваного явища, на виявленні узагальнених факторів. При використанні факторного аналізу кінцевим результатом є карти позиціонування у системі координат отриманих факторів. Точками на цих картах є параметри, які впливають на рішення клієнта [4].

Такий підхід до сегментації покупців, базований не на неявних класифікаційних ознаках (таких як стать, вік, прибуток, частота покупок), а на факторах, які є комплексом вихідних змінних, є досить продуктивним. Він дає корисну інформацію, яка не може бути зібрана звичайними статистичними методами.

Практична реалізація проведення факторного аналізу передбачає передусім визначення типу факторної моделі. На практиці виділяють детермінований і стохастичний типи. Однак, для оцінки вирішальних мотивів покупців при обранні товару, як правило, використовують стохастичний тип, оскільки існує неповний ймовірний (кореляційний) зв'язок факторів, а для детермінованих типів характерним є функціональний зв'язок [3]. Якщо при функціональному зв'язку із зміною аргументу завжди відбувається зміна функції, то при кореляційному зв'язку зміна аргументу може дати кілька значень приросту функції залежно від сполучення інших факторів, які визначають цей показник.

Серед програмних засобів можна виділити вузькоспеціалізований пакет, який є передусім статистичним – Statistica.

Основними завданнями факторного аналізу є:

– визначення мети аналізу та відбір факторів, що зумовлюють досліджувані результативні показники;

– класифікація та систематизація факторів задля забезпечення групування їх за ступенем впливу на результати господарської діяльності;

– визначення форми залежності між факторними та результативними показниками;

– побудова моделі, яка б описувала визначену залежність;

– перевірка моделі на адекватність і при необхідності уточнення;

– розрахунок впливу факторів і оцінка ролі кожного з них у зміні величини результативного показника;

– практичне використання моделі для управління економічними процесами на підприємстві.

Факторний аналіз є частиною багатомірного статистичного аналізу. Він дає змогу на підставі внутрішньої структури матриці коефіцієнтів парної кореляції між показниками організаційної культури підприємств віднайти причини корелювання цих показників. Факторне навантаження αji показує, як синтетичний фактор Fi бере участь у формуванні показника Zj (рівня задоволеності запропонованими товарами). Тобто він є коефіцієнтом кореляції між показниками Zj та фактором Fi [2].

Процедура факторного аналізу сегментації споживачів за рівнем задоволеності продукцією та послугами підприємства передбачає сім етапів (рис. 1) [2].

Етап 1-й. Мета проведення факторного аналізу: на підставі узагальнення результатів опитування виявити синтетичні показники, які характеризують цільовий клієнтський сегмент, а також установити, які первинні параметри і якою мірою впливають на формування цих синтетичних показників.

До складу масиву вихідної інформації залучено дев'ять показників, усі вони мають якісний характер і були одержані на підставі опитування клієнтів:

– рівень цін підприємства;

– глибина надання кредиту;

– швидкість і частота доставки продукції;

– технічна підтримка;

– доступність асортименту;

– якість пропонованих акцій;

– широта асортименту підприємства;

– рівень проведення тренінгів і семінарів;

– післяпродажний сервіс.

Етап 2-й. Розрахунок початкової кореляційної матриці показав, що три з первинних власних значень факторів є вагомими (мають значення, що перевищують 1), відповідно лише їх відібрано для подальшого аналізу (рис. 2).

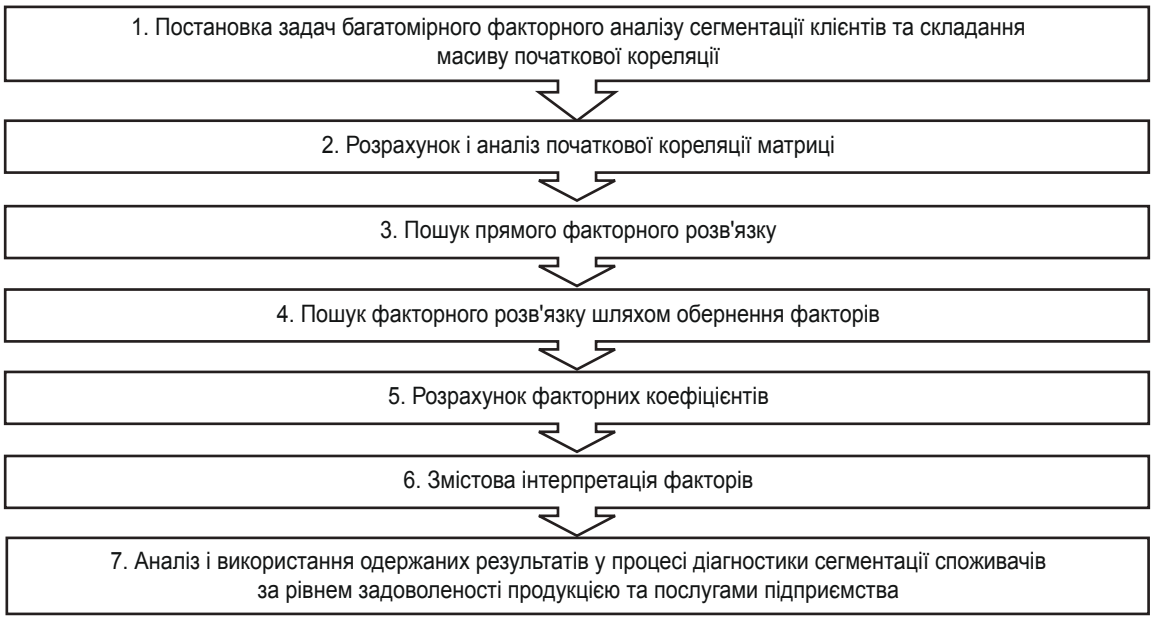


Рис. 1. **Основні етапи багатомірного факторного аналізу сегментації клієнтів**

Eigenvalues (Spreadsheet2)
Extraction: Principal components

Value	Eigenvalue	% Total variance	Cumulative Eigenvalue	Cumulative %
1	2,816678	31,29643	2,816678	31,29643
2	1,185867	13,17630	4,002546	44,47273
3	1,098399	12,20444	5,100945	56,67717

Рис. 2. **Внесок окремих факторів у загальну дисперсію**

Перший фактор пояснює 31, 296 % сумарної дисперсії, другий – 13,176 %; третій – 12,204 %.

Етап 3-й. Пошук прямого факторного розв'язку здійснено за допомогою програмного пакету Statistical Package for the Social Sciences (SPSS). Для пошуку цього розв'язку обрано метод основних компонентів. Прямий факторний розв'язок є проміжним результатом, тому висвітлювати його аналіз не обов'язково.

Етап 4-й. Для пошуку оптимального рішення здійснено обернення факторів. З цією метою у пакеті SPSS обрано математичний метод Варимакс із нормалізацією Кайзера. Обернення було здійснене за п'ять ітерацій.

Етап 5-й. Одержана в результаті обернення матриця факторних навантажень дала змогу визначити факторні навантаження, які мають найбільше значення, ці значення виділено (рис. 3) [4].

Factor Loadings (Varimax raw) (Spreadsheet2)
Extraction: Principal components
(Marked loadings are > ,700000)

Variable	Factor 1	Factor 2	Factor 3
Var1	0,033494	0,035539	-0,847803
Var2	0,350057	0,703789	0,049052
Var3	0,758153	0,154635	0,198843
Var4	0,138487	0,771040	0,165703
Var5	0,492421	0,423255	-0,259168
Var6	0,719682	0,066063	-0,164786
Var7	0,533403	0,017294	-0,057283
Var8	0,428231	0,394011	0,448922
Var9	-0,099557	0,739525	-0,238370
Expl.Var	1,955870	2,000948	1,144127
Prp.Totl	0,217319	0,222328	0,127125

Factor Scores (Spreadsheet2)
Rotation: Varimax raw
Extraction: Principal components

Case	Factor 1	Factor 2	Factor 3
1	-1,04876	-0,49513	1,04393
2	0,16840	0,77665	0,41109
3	-0,58375	0,12289	-1,33945
4	-1,16004	1,14046	-0,31308
5	0,63766	-0,28924	1,81518
6	0,16676	-0,16576	-0,66249
7	-0,54543	0,01251	-0,63245
8	-1,67188	1,20055	-1,54082
9	0,99303	-0,34261	-0,61881
10	0,01672	0,93627	-0,02471
11	-0,36720	-0,19782	0,29720
12	-0,69316	0,77488	-0,29046
13	0,92826	1,01135	0,32058
14	1,92306	-0,32417	-0,92560
15	0,48174	0,33669	2,05189
16	-0,70080	-0,34807	-0,00090
17	-0,78995	0,16207	0,91465

Рис. 3. **Матриця факторних навантажень і факторні ваги**

Аналіз факторів здійснюватимемо з огляду на усталені традиції оцінки коефіцієнтів кореляції: до 0,2 – дуже слабка кореляція; від 0,2 до 0,5 – слабка кореляція; від 0,5 до 0,7 – середня кореляція; від 0,7 до 0,9 – висока; понад 0,9 – дуже висока [4]. Тобто коефіцієнти кореляції нижче 0,5 не враховуватимесо при формуванні факторів.

Аналіз факторних навантажень показує, що всі первинні показники брали участь у формуванні синтетичних факторів, а первинний показник залучено до складу першого і третього фактора.

Етап 6-й. Інтерпретація одержаних синтетичних факторів вимагає пошуку логічного пояснення одержаних групувань показників. Якщо пояснення дати неможливо, то проведення дослідження втрачає сенс, а висловлена гіпотеза вимагає подальшого опрацювання. Одержані в ході дослідження результати мають цілком логічне пояснення, отже, гіпотеза впливу обраних для аналізу первинних факторів на загальну сегментацію клієнтської бази отримала підтвердження.

До складу першого фактора залучено такі показники: швидкість і частота доставки товарів (0,75) та якість запропонованих акцій (0,71). Усі ці складові відображають сегмент клієнтів, для яких найважливішим у товарі є рівень його мобільності, тому фактор матиме аналогічну назву.

Другий фактор об'єднав такі показники: глибину надання кредиту (0,7), технічну підтримку (0,77) та післяпродажний сервіс (0,73). Сумарне значення другого фактора становить 2,2 що є достатньо високим показником. Загалом усі ці складові відображають сегмент клієнтів, для яких найважливішим у товарі є його підкріплення, тому фактор матиме аналогічну назву.

До складу третього фактора увійшов показник рівня дійсних цін на підприємстві (0,847). Третій фактор визначатимемо як інструментальний.

Було виявлено, що третій фактор більше впливає на здійснення покупки товару торговельними операторами та оптовими клієнтами, що є логічним, адже ці клієнти купують товари для подальшого перепродажу (а не для надання послуг). Отже, ціна, супроводжене підкріплення товару сервісною підтримкою та наданням значних кредитувань є пріоритетними для цього сегмента.

Сервісні оператори, дохід яких базується на наданні послуг кінцевим споживачам, коригують свою поведінку від першого та другого факторів. Для таких операторів процес закупівлі розпочинається з процесу їх продажу і визначається потребою кінцевого споживача. Тому першим етапом для цього сегмента є діагностика проблеми транспортного засобу, потім – підбір і закупівля необхідного товару для кінцевого споживача. Ці дії виконуються завдяки існуванню широкої товарної номенклатури та швидкісної логістичної системи на підприємстві. Усе це є основними критеріями, які містять запропоновані фактори.

Таким чином, проведений факторний аналіз дає змогу детальніше відобразити вплив показників закупки товару на поведінку дійсних клієнтів. Для кращого розуміння пропонованої сегментації слід провести кластерний аналіз, що упорядкує об'єкти вибірки у порівняно однорідні групи – кластери.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Рожко В. І.

Література: 1. Дюран Б., Оделл П. Факторный анализ. М. : Статистика, 1977. 128 с. **2.** Матковський С. О., Гальків Л. І., Гринкевич О. С., Сорочак О. З. Статистика: практикум : навч. посіб. Львів : Новий світ-2000, 2011. 140 с. **3.** Данько Т. П., Скоробогатых И. И. Количественные методы анализа в маркетинге : монография. СПб. : Питер, 2005. 384 с. **4.** Иберла К. Факторный анализ / пер. с нем. В. М. Ивановой; предисловие А. М. Дуброва. М. : Статистика,1980. 398 с.

АНАЛІЗ СУЧАСНОГО СТАНУ БАНКІВСЬКОГО КРЕДИТУВАННЯ В УКРАЇНІ

УДК 33.021:336.77(477)

Ніколаєнко В. Т.

Студент 3 курсу
факультету консалтингу і міжнародного бізнесу ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Розглянуто сутність кредиту та кредитних операцій банку. Досліджено динаміку та структуру кредитів, наданих банківською системою України.*

Ключові слова: *банк, банківська установа, банківська система, курс національної валюти, кредит, кредитний портфель, кредитні операції.*

Аннотация. *Рассмотрена сущность кредита и кредитных операций банка. Исследованы динамика и структура кредитов, предоставленных банковской системой Украины.*

Ключевые слова: *банк, банковское учреждение, банковская система, курс национальной валюты, кредит, кредитный портфель, кредитные операции.*

Annotation. *Considered the essence of the loan and credit operations of the bank. The dynamics and structure of loans provided by the banking system of Ukraine are investigated.*

Keywords: *bank, banking institution, banking system, national currency rate, loan, loan portfolio, credit operations.*

Останнім часом постійно зростає інтерес до дослідження процесів, що відбуваються у банківській діяльності, зокрема процесів кредитування. Це зумовлено функціями та роллю, яку відіграє кредит у економіці країни.

Метою написання статті є дослідження сутності кредиту та кредитних операцій, а також визначення основних тенденцій кредитних операцій у банківській системі України.

Економічна категорія кредиту за весь період розвитку пройшла довгий шлях, що характеризується виникненням різних підходів до визначення її сутності. Першоосновою кредиту науковці вважають товарне виробництво.

Кредит допомагає придбати сировину, товари та матеріали, необхідні для забезпечення виробничого процесу. Тому кредит розглядають як певний вид суспільних відносин, що відображають рух вартості [1].

Банківським кредитом є будь-яке зобов'язання банку надати певну суму грошей, будь-яка гарантія, будь-яке зобов'язання придбати право вимоги боргу, будь-яке продовження строку погашення боргу, яке надано в обмін на зобов'язання боржника щодо повернення заборгованої суми, а також на зобов'язання на сплату процентів та інших зборів з такої суми.

Кредитні операції формуються в процесі взаємовідношень між кредитором і позичальником із приводу наданих у тимчасове користування коштів та їх повернення [1].

Характеристику операцій, які належать до кредитних операцій банку, надано в Законі України «Про банки і банківську діяльність» від 07.12.2000 р. №2121. Згідно зі ст. 47 та 49 цього Закону до кредитних операцій банку належать:

– розміщення залучених коштів від свого імені, на власних умовах і на власний ризик;

– організація купівлі-продажу цінних паперів за дорученням клієнтів;

– здійснення операцій на ринку цінних паперів від свого імені;

– надання від імені третіх осіб гарантій, поручительств та інших зобов'язань, які передбачають їх виконання у грошовій формі;

– придбання права вимоги на виконання зобов'язань у грошовій формі за поставлені товари чи надані послуги із взяттям на себе ризику виконання таких вимог та прийом платежів (факторинг);

– лізинг [2].

За останні роки в Україні зменшилася кількість банківських установ: за період 2013–2017 рр. – з 176 до 99 (табл. 1) [3]. За підсумками 2016 р. чисті активи банківської системи України збільшилися несуттєво. Їх обсяг станом на 1 січня 2017 р. відповідав 1,256 млрд грн порівняно із 1,254 млрд грн на початок року.

© Ніколаєнко В. Т., 2018

Одним із ключових факторів коливання обсягу активів банківської системи у досліджуваному періоді є динаміка курсу національної валюти поряд із виведенням частини комерційних банків з ринку. До основних факторів, що гальмують відновлення кредитування, належать високий рівень невизначеності щодо подальшого економічного розвитку й обмежене коло надійних постачальників [4].

Таблиця 1

Динаміка наданих кредитів банками України, 2013–2017 рр., млрд грн

	Назва показника	2013	2014	2015	2016	2017
1	Кількість банків за реєстром	176	178	161	118	99
2	Активи банків	1227,19	1278,10	1316,85	1254,39	1256,30
3	Кредити надані	815,33	911,40	1006,36	965, 09	1005,92
	з них:					
3.1	суб'єктам господарювання	609,20	698,78	802,58	718,67	801,38
3.2	фізичним особам	161,78	167,77	179,04	193,52	171,30

Бачимо (табл. 1), що загальна сума кредитів, наданих банківською системою у 2013–2017 рр., зросла з 815,33 млрд грн до 1005,92 млрд грн. Сума кредитів, наданих банківською системою суб'єктам господарювання, у 2013–2017 рр. зросла з 609,20 млрд грн до 801,38 млрд грн. Сума кредитів, наданих банківською системою фізичним особам, у 2013–2017 рр. зросла з 161,78 млрд грн до 171,30 млрд грн [3].

У табл. 2 [3] подано динаміку кредитів, наданих резидентам, за секторами економіки. Розмір кредитів, наданих нефінансовим корпораціям, на лютий 2018 р. дорівнював 844,089 млрд грн, що на 152,189 млрд грн більше, ніж станом на 1 січня 2013 р.

Таблиця 2

Динаміка кредитів, наданих резидентам, за секторами економіки

Період	Разом	Інші фінансові корпорації	Сектор загального державного управління	Нефінансові корпорації	Інші сектори економіки
Залишки коштів на кінець періоду, млн грн					
2013	910782	19317	5908	691900	193654
2014	1020667	25576	4926	778841	211325
2015	981627	15564	3364	787735	174904
2016	998682	11583	1430	822114	163555
2017	1016657	10936	1522	829932	174268
Січень 2018	1047908	10038	1574	857152	179145
Лютий 2018	1032915	9793	1588	844089	177445

Величина кредитів, виданих депозитним корпораціям, нерезидентам, іншим фінансовим корпораціям і сектору загального державного управління, сукупно не перевищує 10 % від загального розміру кредитного портфеля. Зміни питомої ваги кожної із цих статей були незначними.

У 2016 р. обсяг клієнтського кредитного портфеля скоротився на 0,4 % (3,85 млрд грн) і станом на 1 січня 2017 р. відповідав 1005,92 млрд грн порівняно із 1009,77 млрд грн на початок року (рис. 1) [5].

Скорочення загального обсягу кредитного портфеля відбувалося внаслідок зменшення протягом року суми кредитів, наданих фізичним особам. За підсумком 2016 р. їх обсяг зменшився на 10,43 % – до 847,09 млрд грн. Кредити, надані суб'єктам господарювання, за підсумками року, навпаки, зросли на 1,98 % і на початок 2017 р. досягли 157,39 млрд грн [5].

Для характеристики ступеня використання наявних у розпорядженні банків фінансів може бути використано коефіцієнт використання потужностей банку, що є відношенням чистих кредитних вкладень до розміру сукупних активів. Він показує, наскільки банк використовує наявні в його розпорядженні фінансові ресурси для операцій кредитування. Рекомендованими значеннями показника Національне рейтингове агентство «Рюрік» визначає діапазон від 0,65 до 0,70 [6].

Аналіз активів банківської системи в цілому засвідчив, що протягом 2016 р. відбулося зниження цього показника з 0,77 до 0,72. Однак, на початку вересня 2016 р. коефіцієнт потужності почав знову зростати і у 2017 р. досяг 0,80.

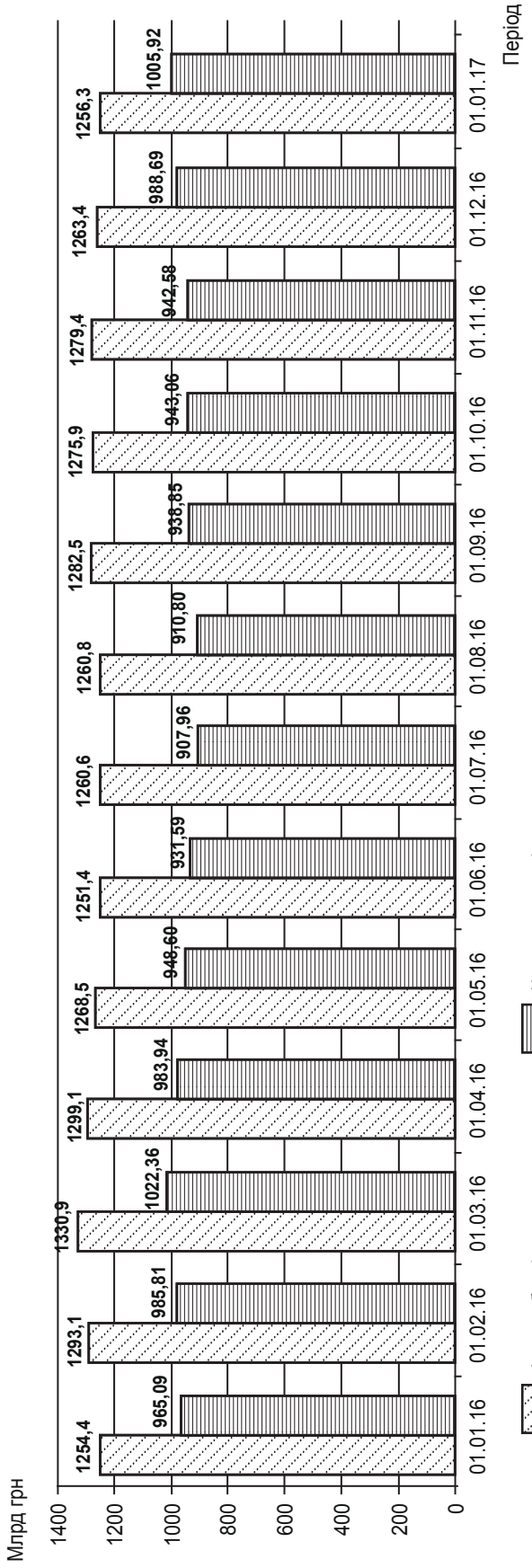


Рис. 1. **Динаміка активів банківської системи України згідно із офіційними даними Національного банку України**

За рахунок питомої ваги активів банків у загальному обсязі банківської системи України середнє значення коефіцієнта використання потужностей підтримується на відносно прийнятному рівні.

Таким чином, кредит є складною категорією, що підтверджується наявністю різних підходів до визначення сутності кредиту та кредитних операцій. Сума кредитів, наданих банківською системою суб'єктам господарювання у 2013–2017 рр., зросла з 609,20 млрд грн до 801,38 млрд грн. У структурі наданих кредитів значну частку становлять надані нефінансовим корпораціям.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Сапрун Г. Г.

Література: 1. Бечко Т. П. Економічна природа кредиту і концепція розвитку кредитних відносин за сучасних умов. *Вісник Львівського національного аграрного університету.* 2009. № 16. С. 177–184. **2.** Про банки і банківську діяльність : Закон України від 07.12.2000 № 2121-III // База даних «Законодавство України» / Верховна Рада України. URL: http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/2121-14. **3.** Статистична інформація // Офіційний сайт Державної служби статистики України. URL: http://www.ukrstat.gov.ua. **4.** Скаско О. І., Ворожбит О. Я. Аналіз процедур формування резервів за кредитними операціями. *Вісник Львівської комерційної академії.* 2011. № 35. С. 334–338. **5.** Національний банк України // Офіційний сайт Національного банку України. URL: https://bank.gov.ua/control/uk/index. **6.** Довгострокові кредитні рейтинги боргових інструментів // Національне рейтингове агентство «Рюрік». URL: http://rurik.com.ua/credit-ratings3/bonds.html.

КРИТЕРІЇ ОЦІНКИ ЕФЕКТИВНОСТІ СЛУЖБИ МАРКЕТИНГУ

УДК 305:28

Овсянкін О. І.

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

Анотація. *Визначено сутність сучасного маркетингу. Конкретизовано особливості та критерії оцінки ефективності служби маркетингу. Проаналізовано особливості сучасних стратегій забезпечення ефективного розвитку підприємства.*

Ключові слова: *підприємство, організація, виробництво, продукція, просування, маркетинг, ефективність маркетингу, стратегії забезпечення ефективного розвитку підприємства, служби маркетингу.*

Аннотация. *Определена сущность современного маркетинга. Конкретизированы особенности и критерии оценки эффективности службы маркетинга. Проанализированы особенности современных стратегий обеспечения эффективного развития предприятия.*

Ключевые слова: *предприятие, организация, производство, продукция, продвижение, маркетинг, эффективность маркетинга, стратегии обеспечения эффективного развития предприятия, службы маркетинга.*

Annotation. *The essence of modern marketing is defined. Concretized features and criteria for evaluating the effectiveness of marketing services. The features of modern strategies to ensure the effective development of the enterprise are analyzed.*

Keywords: *enterprise, organization, production, products, promotion, marketing, marketing efficiency, strategies to ensure the effective development of the enterprise, marketing services.*

© Овсянкін О. І., 2018

Організаційна структура служби маркетингу підприємства може бути визначена як сукупність служб, відділів, підрозділів, до складу яких входять працівники, які займаються тією чи іншою маркетинговою діяльністю. Тобто це конструкція організації, на підставі якої і здійснюється управління маркетингом.

Актуальність цієї теми є зумовленою тим, що сучасні компанії особливо гостро потребують оптимального поєднання традиційної та принципово нової товарної продукції, дослідження ринку, розробки програм виробництва конкретних перспективних видів товарів, прогнозування розвитку товарних ринків, налагодження відповідних комунікацій, розгортання служб сервісу, формування інфраструктури товарного ринку. Такою інформацією має забезпечувати фірму маркетингова служба.

Метою написання статті є вивчення особливостей та критеріїв оцінки ефективності служб маркетингу підприємства.

Дослідженням питань оцінки ефективності служб маркетингу займалися Ансофф І., Малаллі А., Браун С., Смирнов С., Скляр. Е. та ін.

Необхідність наявності служби маркетингу є очевидною як для споживача (визначення вимог до товару), так і для підприємства (забезпечення можливості найточнішого задоволення попиту). Однак, ця служба, як і інші служби підприємства, потребує забезпечення ефективності її роботи. Це може бути досягнуто за рахунок оцінки ефективності функціонування служби маркетингу та розробки напрямків її коригування [2].

Згідно із принципами маркетингово-орієнтованої організації заведено оцінювати як економічну, так і соціальну ефективність маркетингової діяльності. Економічна ефективність маркетингової діяльності є визначуваною співвідношенням між економічним результатом, отриманим від маркетингової діяльності, і величиною витрат на проведення тих чи інших маркетингових заходів за певний проміжок часу.

Соціальна ефективність є визначуваною тим, наскільки точно конкретний маркетинговий захід сприяє досягненню поставленої стратегічної мети підприємства щодо задоволення потреб споживачів. Пріоритетні критерії оцінки ефективності маркетингової діяльності залежно від використовуваної на підприємстві концепції маркетингу подано в табл. 1 [2].

Таблиця 1

Пріоритетні критерії оцінки ефективності маркетингової діяльності

	Управлінська концепція маркетингу	**Пріоритетні критерії, що характеризують концепцію**
1	Виробнича	– завантаження виробничих потужностей; – зниження витрат виробництва; – обсяг виробництва; – собівартість товарів; – продуктивність
2	Товарна	– якість товару; – ціна товару; – диференціація товару
3	Збутова	– організація продажів; – побудова комунікацій зі споживачами; – стимулювання покупок
4	Традиційна	– задоволення споживачів; – якість товару; – ціна товару; – післяпродажне обслуговування
5	Соціально-етичного маркетингу	– задоволеність суспільства; – ефективність використання людських, природних сировинних та енергетичних ресурсів

Основними параметрами оцінки ефективності роботи служби маркетингу згідно із цією методикою слід вважати:

– якість, своєчасність і глибину проведених робіт щодо аналізу кон'юнктури ринку і, як наслідок, точність розроблених прогнозів обсягу реалізації за основними видами продукції та групами виробів на коротко-, середньо- і довгострокові періоди;

– здійснення пошуку споживачів основних видів продукції підприємства та груп виробів, виявлення основних причин відмови від укладення договорів на поставку (якість, асортимент, ціна, порядок і форма оплати, умови поставки та розрахунків, ступінь виконання договірних зобов'язань підприємством, рівень обслуговування споживачів при відвантаженні продукції на підприємстві, організація сервісного обслуговування), пошук нових видів і форм розрахунків зі споживачами й освоєння нових ринкових ніш;

– якість і своєчасність здійснення розробки пропозицій щодо планування і (або) вдосконалення асортименту, організації руху товару, реклами, включаючи виставкову діяльність і формування іміджу підприємства, паблік рілейшнз і програм зі стимулювання збуту згідно із затвердженими планами робіт [4].

Сучасна маркетингова стратегія в цілому є такою системою управління виробництвом і збутом продукції, інформаційними потребами і зовнішніми зв'язками, яка на даний момент дає найбільшу економічну вигоду як виробнику, так і покупцю. Маркетингова стратегія передбачає ідентифікацію продуктів і послуг, які могли б мати успіх на ринку, і цільових груп (покупців), а також визначення конкурентної політики, що дасть змогу обійти конкурентів на ринку. Стратегія маркетингу підприємства має охоплювати різні рішення, засоби і шляхи реалізації середньо- та довгострокових цілей маркетингу. Вона полягає у приведенні можливостей підприємства у відповідність із ситуацією на ринку [7].

Отже, формування служби маркетингу не є формальним виділенням спеціального підрозділу, а передусім переорієнтацією його діяльності на вимоги виробництва та ринку.

Досвід переконує, що служба маркетингу виникає не відразу, а формується поступово, поетапно об'єднуючи в собі основні функції маркетингу, які до цього були розосереджені по окремих підрозділах: вивчення ринку, реклама, формування асортименту, цінова політика [2].

Таким чином, маркетингова структура має вирішальне значення для успішної реалізації концепції маркетингу. Не існує універсальної схеми формування служби маркетингу, оскільки вона охоплює широкий спектр робіт і функцій, які виникають у процесі впровадження та здійснення ринкової стратегії фірми, головним принципом якої є орієнтація на споживача, на вивчення та задоволення його потреб і бажань. Важливе значення при цьому мають правильно організована реклама, формування позитивної громадської думки, стимулювання продажу послуг і персональні продажі. Сучасним підприємцям доводиться діяти за умов жорсткої конкуренції, і ефективна маркетингова діяльність на підприємстві є запорукою його подальшого успішного функціонування.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Рожко В. І.

Література: 1. Смирнов А., Суздаль Ю. ЛИДовое побоище. Маркетинговые инструменты для продвижения бизнеса в Интернете. СПб. : Весь, 2015. 176 с. **2.** Оценка эффективности маркетинговой деятельности предприятия // Справочник экономиста. URL: https://www.profiz.ru/se/8_2004/oceffmdpp. **3.** Морозов Ю. В. Основы маркетинга : учебное пособие. М. : Дашков и К°, 2012. 148 с. **4.** Организация службы маркетинга на предприятии. URL: https://www.scienceforum.ru/2013/103/6425. **5.** Ансофф И. Стратегическое управление. М. : Экономика, 1989. 358 с. **6.** Моосмюллер Г., Ребик Н. Маркетинговые исследования с SPSS : учебное пособие. М. : Инфра-М, 2009. 160 с. **7.** Скляр Е. Н., Авдеенко Г. И., Алексунин В. А. Маркетинговые исследования : практикум. М. : Дашков и К°, 2016. 216 с.

СУЧАСНИЙ СТАН І ПЕРСПЕКТИВИ ДІЯЛЬНОСТІ ІНСТИТУТІВ СПІЛЬНОГО ІНВЕСТУВАННЯ В УКРАЇНІ

УДК 339.727

Опаріна О. В.
Завдов'єв М. Д.

Студенти 3 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 підприєм-*

© Опаріна О. В., Завдов'єв М. Д., 2018

ства. Обґрунтовано вибір оптимальних напрямків діяльності задля покращення фінансового результату підприємства.

Ключові слова: *фінанси, прибуток, фінансові посередники, інвестиції, інвестори, інституційні інвестори, інвестиційні фонди, інститути спільного інвестування, інвестиційні проекти, корпоративні інвестиційні фонди, пайові інвестиційні фонди.*

Аннотация. *Определены сущность и структура институтов совместного инвестирования как составляющей инвестиционного рынка Украины. Исследованы тенденции функционирования институтов совместного инвестирования в Украине. Определены основные проблемы и перспективы развития институтов совместного инвестирования. Предложены меры для повышения эффективности деятельности этих инвестиционных фондов.*

Ключевые слова: *финансы, прибыль, финансовые посредники, инвестиции, инвесторы, институциональные инвесторы, инвестиционные фонды, институты совместного инвестирования, инвестиционные проекты, корпоративные инвестиционные фонды, паевые инвестиционные фонды.*

Annotation. *The essence and structure of joint investment institutions as a component of the investment market of Ukraine are determined. The tendencies of functioning of joint investment institutions in Ukraine are investigated. The main problems and prospects for the development of joint investment institutions are identified. Proposed measures to improve the performance of these investment funds.*

Keywords: *finance, profit, financial intermediaries, investments, investors, institutional investors, investment funds, joint investment institutions, investment projects, corporate investment funds, mutual investment funds.*

На сучасному етапі розвитку ринку фінансових послуг інвестиції є найважливішим засобом забезпечення умов виходу з економічної кризи, структурних зрушень у національній економіці, зростання технічного прогресу, підвищення якісних показників господарської діяльності на мікро- і макрорівнях. Активізація інвестиційного процесу є одним із надійних механізмів соціально-економічних перетворень, а доволі високі темпи зростання інвестиційних можливостей населення зумовлюють актуальність пошуку нових ефективних способів здійснення інвестицій.

У світовій практиці одним із найдієвіших механізмів, що дає змогу акумулювати ресурси дрібних інвесторів, а також формувати з них значні масиви інвестицій, які вже потім спрямовуються, як правило, у найперспективніші галузі економіки, є інститути спільного інвестування (ІСІ).

Механізм спільного інвестування є конкурентною альтернативою банківським вкладам. ІСІ поширені у США, вони також діють у Європі та Азії [1].

Дослідженням засад функціонування інститутів спільного інвестування в реаліях української економіки займалися чимало вітчизняних науковців, серед них Науменкова С. В., Слободян О. А., Грінченко О. В., Шульга К. В., Чеберяко О. В. та ін.

Метою написання статті є аналіз та оцінка сучасного стану інститутів спільного інвестування на інвестиційному ринку України, а також визначення тенденцій функціонування інститутів спільного інвестування, основних проблем і перспектив їх розвитку.

Інвестиційні фонди та компанії розпочали створюватися в Україні у 1994–1995 рр. Особливістю діяльності цих інститутів було те, що організовували їх переважно задля обслуговування процесів сертифікатної приватизації, а не для залучення грошових коштів громадян. Лише із прийняттям 15 березня 2001 р. Закону України «Про інститути спільного інвестування (пайові та корпоративні інвестиційні фонди» було сформовано правовий режим для подальшого їх розвитку та функціонування в Україні [6].

Останні зміни, що відбулися в законодавстві, надали можливість працювати не лише з грошовими коштами інвесторів, а й із корпоративними правами та нерухомістю. Прийняття цього Закону суттєво наблизило вітчизняну законодавчу базу до міжнародних стандартів у цій сфері.

Інститут спільного інвестування – це корпоративний інвестиційний фонд або пайовий інвестиційний фонд, що провадить діяльність, пов'язану із об'єднанням (залученням) грошових коштів інвесторів задля отримання прибутку від вкладення їх у цінні папери [6].

Переваги інвестування коштів в інститути спільного інвестування полягають у можливості самостійно обрати інвестиційний фонд, забезпеченні диверсифікації, здійсненні кваліфікованого управління інвестиційними фондами, нижчому рівні оподаткування та контролі за діяльністю інститутів спільного інвестування з боку держави.

За окремими ознаками інститути спільного інвестування розподіляють на різні типи: за формами організації (пайові та корпоративні), порядком здійснення діяльності (відкриті, закриті та інтервальні), періодом діяльності (строкові та безстрокові), структурою активів (диверсифіковані та недиверсифіковані) [6; 7].

Порівняльну характеристику пайових (ПІФ) та корпоративних інвестиційних фондів (КІФ) подано в табл. 1 [5].

Таблиця 1

Порівняльна характеристика корпоративних і пайових інвестиційних фондів

Ознака порівняння	Корпоративні інвестиційні фонди (КІФ)	Пайові інвестиційні фонди (ПІФ)
Організаційно-правова форма	Юридична особа, створюється у формі відкритого акціонерного товариства, понад 70 % середньорічної вартості активів становлять цінні папери	Не є юридичною особою, активи належать інвесторам на праві спільної часткової власності
Склад учасників	Фізичні та юридичні особи	Фізичні та юридичні особи, у недиверсифікованих фондах – лише юридичні особи
Взаємовідносини з компанією з управління активами (КУА)	Договірні (на підставі договору з КУА)	Компанія з управління активами (КУА) створюється для управління фондом
Види емітованих цінних паперів	Прості іменні акції, емітентом яких є КІФ	Інвестиційні сертифікати, емітентом яких є КУА
Участь вкладників в управлінні фондом	Органами управління є загальні збори акціонерів і спостережна рада	Вкладники можуть створювати спостережну раду
Можливість одержання дивідендів	Існує	Лише у закритих фондах
Першочерговість задоволення вимог вкладників при ліквідації	Перша черга – акціонери, які не є засновниками	Перша черга – вкладники, які подали заяви про викуп інвестиційних сертифікатів до прийняття рішення про ліквідацію

Зауважимо, що в Україні пайові інститути спільного інвестування набули більшої популярності, ніж корпоративні. Пайові інвестиційні фонди широкої популярності набули також у Австрії, Швейцарії, Німеччині та РФ [2; 5].

Динаміка розвитку вітчизняного ринку спільного інвестування (табл. 1) засвідчує, що ця форма інвестиційних фондів є актуальною та ефективною для національної економічної системи. Так, якщо у 2012 р. в Україні обсяг зареєстрованих випусків цінних паперів інститутів спільного інвестування становив 371,31 млрд грн, то вже у 2016 р. – 466,37 млрд грн. Зміну обсягів зареєстрованих випусків цінних паперів інститутів спільного інвестування за роками (2012–2016 рр.) унаочнено на рис. 1 [4].

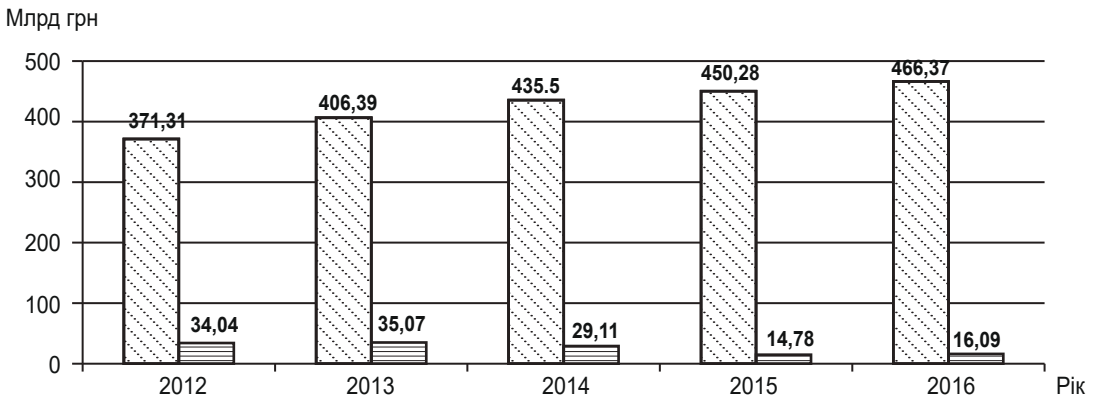


Рис. 1. **Обсяг зареєстрованих випусків цінних паперів інститутів спільного інвестування, 2012–2016 рр.**

Бачимо (рис. 1), що за аналізований період динаміка випуску цінних паперів інститутів спільного інвестування мала спадний характер: у 2016 р. випуск цінних паперів інститутів спільного інвестування зменшився на 17,95 млрд грн, або на 52,73 % порівняно з 2012 р. Однак, за даними за 2016 р. усього регулятором зареєстровано випусків цінних паперів інститутів спільного інвестування на загальну суму 466,37 млрд грн. Безпосередньо у 2016 р. загальний обсяг випусків цінних паперів інститутів спільного інвестування, зареєстрованих Комісією з цінних паперів та фондового ринку, становив 16,09 млрд грн, що порівняно з показником 2015 р. більше на 1,31 млрд грн [7].

Потенціал зростання ринку спільного інвестування в Україні насамперед визначатиметься можливостями залучення до механізмів спільного інвестування широкого кола індивідуальних інвесторів, передусім населення, на основі підвищення доходності, забезпечення ліквідності вкладень, диверсифікації ризику та здійснення кваліфікованого управління активами інститутів спільного інвестування [2].

Незважаючи на широкі можливості та перспективи розвитку інститутів спільного інвестування в Україні, існують певні перешкоди та проблемні аспекти, які гальмують розвиток і заважають ефективному функціонуванню цих суб'єктів інвестиційної діяльності [4].

Сучасна фінансово-економічна криза є головним фактором, що гальмує діяльність інститутів спільного інвестування, оскільки спричиняє зниження середньої прибутковості інвестиційних фондів, що призводить до відсутності надходжень при розміщенні коштів інвесторів. Це дає підстави говорити про високу ризикованість таких капіталовкладень порівняно з альтернативними джерелами вкладення коштів. Відтік коштів з ІСІ є однією з причин недосконалості їх діяльності, що змушує інвесторів вкладати кошти в менш ризиковані суб'єкти, наприклад на депозити [5].

Ще однією з перешкод на шляху розвитку інститутів спільного інвестування є недосконалість нормативно-правової бази. Хоча законодавство, яке регулює діяльність цих інститутів, постійно змінюється й удосконалюється, невідповідність вимогам сучасного фондового ринку, недостатнє спрямування на захист прав інвесторів не сприяють стабільному функціонуванню ІСІ.

Нерозвиненість вітчизняного фондового ринку є проблемою, яка носить широкомасштабний характер, оскільки стосується як економіки держави загалом, так і суб'єктів на мікрорівні, зокрема інвестиційних фондів, створюючи широке коло не менш вагомих перешкод, таких як недоступність інвестиційних послуг до споживачів, відсутність кваліфікованих кадрів у галузі інвестування й обмеженість громадян у доступності інформації щодо параметрів діяльності інвестиційних компаній [5].

Однією з основних проблем, що не дозволяє вповні використовувати інвестиційний потенціал ринку інститутів спільного інвестування, є низький рівень інформованості населення про їх переваги. Більшість населення не сприймає ІСІ як окремий альтернативний довгостроковий інструмент збереження та примноження капіталу.

Основними заходами, спрямованими на підвищення ефективності функціонування інститутів спільного інвестування, є приведення законодавства, що врегульовує діяльність ІСІ, у відповідність із вимогами європейського законодавства, зокрема щодо диверсифікації вкладень і розширення інструментів для інвестування, доступних ІСІ; удосконалення стандартів розкриття інформації компаніями з управління активами; проведення інформаційно-роз'яснювальної роботи задля популяризації здійснення інвестицій у ринок інститутів спільного інвестування серед населення України [3; 7].

Таким чином, на підставі аналізу визначено переваги та недоліки функціонування інститутів спільного інвестування як елемента ринку спільного інвестування. За сучасних умов інститути спільного інвестування, у тому числі пайові інвестиційні фонди, можуть стати ефективним інструментом накопичення грошових капіталів, обіг яких забезпечує гармонійний розвиток економіки, розбудову як фінансової, так і виробничої сфери національного господарства. Надходження коштів у сферу спільного інвестування, у свою чергу, розширить потенціал внутрішніх запозичень. Розвиток індустрії спільного інвестування є одним з опосередкованих стимулів для розбудови фондового ринку, саме це є обов'язковою умовою для очікуваного й необхідного імпорту капіталу в національну економіку.

Науковий керівник – канд. екон. наук, викладач Давиденко Д. О.

Література: 1. Науменкова С. В., Перконос П. П. Особливості діяльності зі спільного інвестування в Україні. *Вісник Академії праці і соціальних відносин.* 2011. № 1. С. 119–128. **2.** Слободян О. А. Правові аспекти становлення пайових інвестиційних фондів в Україні. *Держава і право.* 2010. № 48. С. 30–45. 3. Грінченко О. В. Інститути спільного інвестування: сутність, функції та місце в економічній системі. *Вісник Житомирського державного технологічного університету.* 2014. № 3. С. 207–212. **4.** Шульга К. В. Інститути спільного інвестування в Україні: перспективи розвитку. *Управління розвитком.* 2013. № 20. С. 149–151. **5**. Чеберяко О. В. Фінансові інститути як професійні учасники фондового ринку в Україні // Світові тенденції та перспективи розвитку фінансової системи України : матеріали X Міжнародної науково-практтичної конференції, 24–25 жовтня 2013 р. Київ, 2013. С. 324–329. **6.** Про інститути спільного інвестування (пайові та корпоративні інвестиційні фонди) : Закон України від 15.03.2001 № 2299-III // База даних «Законодавство України» / Верховна Рада України. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2299-14/ed20010315. **7.** Що таке інститути спільного інвестування (ІСІ)? // Офіційний сайт Української Асоціації інвестиційного бізнесу. URL: http://www.uaib.com.ua/abcpeople/abetka_isi/5909.html.

УДОСКОНАЛЕННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ВЕБ-СТУДІЇ

УДК 339.138:004.738.1

Орленко Т. І.

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

Анотація. *Досліджено питання підвищення ефективності маркетингової діяльності веб-студії. Проаналізовано проблеми впровадження й управління маркетинговою діяльністю на вітчизняних підприємствах. Окреслено основні шляхи підвищення ефективності маркетингової діяльності вітчизняних підприємств та управління їх маркетинговою діяльністю. Запропоновано напрями вдосконалення маркетингової діяльності, що вплинуть на конкурентоспроможність веб-студії, ступінь оволодіння ринком і формування позитивного іміджу як засобу забезпечення тривалого комерційного успіху.*

Ключові слова: *підприємство, організація, веб-студія, маркетинг, концепція маркетингу, маркетингова діяльність, підвищення конкурентоспроможності, оволодіння ринком, потенційні клієнти.*

Аннотация. *Исследован вопрос повышения эффективности маркетинговой деятельности веб-студии. Проанализированы проблемы внедрения и управления маркетинговой деятельностью на отечественных предприятиях. Определены основные пути повышения эффективности маркетинговой деятельности отечественных предприятий и управления их маркетинговой деятельностью. Предложены направления совершенствования маркетинговой деятельности, которые повлияют на конкурентоспособность веб-студии, степень овладения рынком и формирование положительного имиджа как средства обеспечения длительного коммерческого успеха.*

Ключевые слова: *предприятие, организация, веб-студия, маркетинг, концепция маркетинга, маркетинговая деятельность, повышение конкурентоспособности, овладение рынком, потенциальные клиенты.*

Annotation. *The question of increasing the effectiveness of the web studio's marketing activities has been investigated. Analyzed the problems of implementation and management of marketing activities in domestic enterprises. The main ways of increasing the efficiency of marketing activities of domestic enterprises and managing their marketing activities have been identified. Proposed areas of improvement of marketing activities that will affect the competitiveness of the web studio, the degree of mastery of the market and the formation of a positive image as a means of ensuring long-term commercial success.*

Keywords: *enterprise, organization, web-studio, marketing, marketing concept, marketing activity, competitiveness improvement, market acquisition, potential clients.*

У розвиненій ринковій економіці існують чимало типів підприємств, але в жодному з них не можна обійтися без маркетингової діяльності, вона є найважливішою складовою діяльності підприємства. Маркетингова функція має свої особливості, які зумовлені передусім тим, що маркетинг є пов'язаним із зовнішнім середовищем, яке визначає ринкову діяльність підприємства. Головне завдання маркетингової діяльності полягає в тому, щоб для отримання прибутку досягти найкращого узгодження внутрішніх можливостей підприємства із вимогами зовнішнього середовища [3].

Практика українських підприємств засвідчує, що на сучасному етапі у маркетинговій діяльності в багатьох випадках пріоритетне місце посідає використання окремих засобів, часто не узгоджених між собою (реклама, збут, ціна та ін.).

Дослідженням питань підвищення ефективності маркетингової діяльності займалися і займаються зарубіжні (Котлер Ф., Кревенс Д., Мефферт Х., О'Шонессі Д.) та вітчизняні (Грищенко І., Внукова Н., Скрипкіна Т.) науковці. Однак, питанню вдосконалення маркетингової діяльності підприємств, що функціонують у інтернет-сфері, приділялось недостатньо уваги.

Актуальність теми є зумовленою тим, що питання маркетингової діяльності веб-студій вивчено недостатньо глибоко, існують чимало питань, які потребують відповіді.

Маркетингова діяльність має досить різні характеристики та максимально велику кількість інструментів для підвищення ефективності діяльності підприємства. Тому результати цієї роботи можуть мати більш фундаментальний характер і сприяти розв'язанню проблемних питань завдяки поглибленому аналізу маркетингової діяльності підприємства.

© Орленко Т. І., 2018

Метою написання статті є розробка рекомендацій щодо вдосконалення маркетингової діяльності підприємства.

Для досягнення мети дослідження слід проаналізувати загальну діяльність підприємства та виявити тенденції розвитку; визначити застосовувані на підприємстві цінову політику та маркетингову стратегію, а також розробити пропозиції щодо вдосконалення маркетингової діяльності на підприємстві задля поліпшення його позиції на ринку та залучення нових клієнтів.

Об'єктом дослідження є маркетингова діяльність веб-студії «Art Marks» – однієї з найстабільніших студій України. Предметом дослідження є вдосконалення маркетингової діяльності підприємства.

Сучасний вітчизняний ринок інтернет-послуг стрімко розвивається, він нараховує все більше і більше учасників – великих веб-студій і маленьких контент-агенцій [3].

«Art Marks» засновано у 2014 р., і на сьогодні ця студія є однією з веб-студій, властивістю яких є динамічний розвиток, не лише Харківського регіону, але й усієї країни. Студія за досить короткий проміжок час змогла збільшити свій штат втричі й захопити значну частку діджитал ринку Харківщини, обійшовши великих конкурентів. У студії існує повноцінна й адекватна інформаційна база послуг, які надаються, з повним їх описом, а також підходи до контролю, аналізу й прогнозування ефективності діяльності студії, які дозволяють використовувати методи повного завантаження виробничих потужностей компанії, через що вона може залучати нових клієнтів, не побоюючись не вкластися в терміни виконання послуг.

Аналіз показників станом на 2016–2017 рр. не показав зниження фінансових результатів, навпаки, виявив значне покращення фінансових показників і фактично незмінність показників ефективності операційної діяльності. За таких умов студія мала фіксовані показники ліквідності, платоспроможності й адекватного розподілу ресурсів. Завдяки зваженій ціновій політиці й досвіду фахівців велика увага приділяється прогнозуванню та плануванню, якості та ефективності інформації, диверсифікації діяльності, сформуванню гнучкої організаційної структури.

Аналіз комплексу питань, що є пов'язаними із проблемами підвищення загальної ефективності діяльності студії та підвищення її доходів і конкурентоспроможності дає підстави стверджувати, що непродумана організація самого процесу управління маркетингом, недостатність маркетингової активності компанії не дає їй розвиватися й захоплювати більшу частину ринку. Маркетингова політика компанії не є осяжною, через що переважна частина потенційної аудиторії не має можливості дізнатися про послуги, які надає студія.

Успіх веб-студії залежить від багатьох факторів, і реклама є одним із них. Від того, наскільки грамотно студія організовує свою маркетингову діяльність і рекламну кампанію, залежить, як її сприйматимуть потенційні клієнти та чи збільшиться кількість фактичних клієнтів. *Для* компанії дуже важливо посилити позиціонування бренду та покращити доступність інформації про свою діяльність. За сучасного поширення нових інформаційних і комунікаційних технологій і донині основним шляхом залучення нових клієнтів є передача інформації від однієї особи до іншої в усній формі, із уст в уста, або так зване «сарафанне радіо». Такі засоби, як участь у виставках, мітинги, прес-релізи та реклама у ЗМІ, інтернет-реклама та PR-акції дають змогу студії звернутися безпосередньо до своєї цільової аудиторії. Реклама є рушійною силою, що зможе досягти аудиторії, виходячи зі специфіки діяльності та тих послуг, які надаються. Студія зможе швидко передати інформацію про послуги, які вона вже пропонує, а також про нові види діяльності. Рекомендації щодо вдосконалення маркетингової діяльності зможуть залучити прибуток і частку ринку. Понесені витрати не є критичними *для* веб-студії, а майбутні доходи на підставі розрахунків передбачають швидке покриття всіх витрат [4].

Однією з центральних проблем сприяння загальному плануванню рекламних активностей є стандартизація послуг і, як наслідок, неможливість на практиці відрізнити одну студію від іншої. Усі учасники ринку надають своїм клієнтам той самий набір послуг на тих самих умовах. Основною причиною цього є саме попит ринку. Важливо також, що сьогодні клієнти не достатньо чітко уявляють можливість організації подібної діяльності загалом. У зв'язку із цим у сучасній рекламі студії слід використовувати не тільки повний перелік послуг і докладний опис умов, за яких вони надаються, а також звертати певну увагу на яскраве та креативне оформлення рекламного звернення. Важливо пам'ятати, що існує велика конкуренція, тому *для* успіху кампанії необхідно ретельно підготувати рекламний матеріал і використовувати найвідповідніший засіб її просування [5].

Таким чином, запропоновані напрями вдосконалення маркетингової діяльності веб-студії є спрямованими саме на вирішення ключових питань її діяльності: залучення нової аудиторії, зростання кількості клієнтів, покращення іміджу компанії серед існуючих клієнтів і конкурентів. Новизна цього дослідження полягає в тому, що процес вдосконалення маркетингової діяльності веб-студії отримав помітного розвитку: запропоновано маркетинговий план дій, складовими якого є рекламна кампанія, тематичні заходи та PR-акції, які дозволять зберегти її конкурентоспроможність і забезпечать подальше стабільне прибуткове функціонування.

Науковий керівник – д-р соціол. наук, професор Лисиця Н. М.

Література: 1. Грищенко І. М. Маркетингові основи комерційного посередництва : навч. посіб. Київ : Грамота, 2006. 304 с. **2.** Длігач А. Тенденції розвитку маркетингу в Україні. *Маркетинг в Україні.* 2010. № 9. С. 13–16. **3.** Клімова І. Г. Розробка ефективної маркетингової стратегії підприємства та управління процесом її реалізації. *Держава та регіони.* 2009. № 5. С. 115–118. **4.** Смит П., Бэрри К., Пулфорд А. Коммуникации стратегического маркетинга : учебное пособие / пер. с англ. под ред. Л. Ф. Никулина. М. : Юнити, 2001. 416 с. **5.** Котлер Ф. Основы маркетинга : учебник. М. : Вильямс, 2007. 656 с.

ЗОВНІШНІ ТА ВНУТРІШНІ ПРОБЛЕМИ ЕКОНОМІЧНОГО АНАЛІЗУ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

УДК 33.021:005.936.3

Осадча В. В.

Студент 3 курсу
факультету консалтингу і міжнародного бізнесу ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Визначено сутність поняття економічного аналізу. Конкретизовано особливості впливу факторів, оцінюваних із застосуванням економічного аналізу. Обґрунтовано необхідність аналізу господарської діяльності підприємства. Розглянуто основні зовнішні та внутрішні проблеми економічного аналізу, запропоновано напрями їх ефективного вирішення.*

Ключові слова: *підприємство, організація, фінанси, фінансовий результат, фінансовий стан, економічний аналіз, проблеми економічного аналізу.*

Аннотация. *Определена сущность понятия экономического анализа. Конкретизированы особенности влияния факторов, оцениваемых с использованием экономического анализа. Обоснована необходимость анализа хозяйственной деятельности предприятия. Рассмотрены основные внешние и внутренние проблемы экономического анализа, предложены направления их эффективного решения.*

Ключевые слова: *предприятие, организация, финансы, финансовый результат, финансовое состояние, экономический анализ, проблемы экономического анализа.*

Annotation. *The essence of the concept of economic analysis is defined. The peculiarities of the influence of factors assessed using economic analysis are specified. Necessity of the analysis of economic activity of the enterprise is proved. The main external and internal problems of economic analysis are considered, the directions of their effective solution are offered.*

Keywords: *enterprise, organization, finance, financial result, financial condition, influence factors, economic analysis, problems of economic analysis.*

За сучасних умов посиленої конкуренції для ефективної діяльності підприємства потрібно вчасно реагувати на зміни всіх факторів, які впливають на діяльність підприємства, швидко й оперативно відстежувати коливання у власній позиції щодо економічних агентів і на ринку. Необхідно постійно оцінювати й аналізувати позитивні та негативні зміни у підприємницькій діяльності як своєї компанії, так і компаній-конкурентів.

Аналіз є змістом і формою людського мислення, що підлягає поглибленому вивченню у множинному вимірюванні й усіма без винятку науками. Однак, аналіз економіки, господарської діяльності та її кінцевих результатів у всіх галузях, у всіх проявах є сферою виключно економічного аналізу, що може розглядатися як у широкому, так і у вузькопрофесійному розумінні [3].

© Осадча В. В., 2018

Всебічний аналіз є необхідним для того, щоб забезпечувати правильне управління економічними процесами за сучасних умов діяльності будь-якого підприємства. Аналіз є основним джерелом планового управління економікою підприємства, знаходження резервів підвищення ефективності виробництва. Для цього проводяться дослідження щодо ширшого застосування математичних методів, персональних комп'ютерів, що дає змогу оптимізувати управлінські рішення.

Цілком зрозуміло, що на будь-якому підприємстві необхідний фінансовий аналіз. Керівники всіх рівнів управління повинні забезпечити достовірною інформацією про хід виробничо-фінансового циклу на підприємстві всіх працівників. Важливо також стежити за технічною складовою виробництва, за потреби коригувати хід процесів для досягнення максимальних результатів за наявних умов і матеріальних та фінансових ресурсів.

Питання економічного аналізу діяльності підприємства є предметом наукових досліджень багатьох вітчизняних науковців, серед них Мних Є. В., Петрицька О. С., Сухарев П. М., Ващенко Л. О., Косова Т. Д., Цигилик І. І., Чумаченко М. Г. та ін. Автори приділяють чимало уваги теоретичному підходу до вирішення проблем, із якими може зіткнутися підприємство.

Метою написання статті є виявлення основних проблем економічного аналізу та розробка пропозицій щодо шляхів їх розв'язання.

Економічний аналіз є об'єктивною необхідною складовою управління підприємством, одним з етапів економічного дослідження і функцій управлінської діяльності. Для працівника підприємство є універсальним світом, у якому здійснюються потоки грошових, матеріальних, трудових і фінансових ресурсів, які підпорядковуються певним об'єктивним економічним законам і закономірностям, що знаходять своє відображення у показниках обліку та звітності [4].

Аналізуючи інформацію, яка міститься в бухгалтерському і управлінському обліку та звітності, економіст-аналітик визначає фінансово-економічний стан підприємства. На підставі економічного аналізу він виявляє фактори впливу на показники господарської діяльності, розробляє універсальні методи, які допоможуть усунути наявні недоліки, розробляє шляхи їх усунення й розв'язання проблем для поліпшення управління економікою підприємства.

Економічний аналіз як функція управління передбачає оцінку впливу внутрішніх і зовнішніх факторів, що впливають на:

– стан фінансово-господарської діяльності підприємства;

– тенденції розвитку економічно ймовірних резервів підвищення ефективності виробництва;

– використання виявлених резервів;

– удосконалення управління економікою підприємства [2].

Кожний керівник і підприємець за умов жорсткої конкуренції та кризи повинен приймати найкращі управлінські рішення для свого підприємства. Будь-яке економічне рішення на будь-якому рівні має спиратися на знання дії об'єктивних економічних законів у господарюванні, грунтуватися на обізнаності щодо фактичного стану внутрішніх і зовнішніх факторів і тенденцій їх зміни.

У процесі аналізу фінансового стану підприємства слід передусім пам'ятати про те, які економічні закономірності властиві тому чи іншому етапу господарської діяльності, а також керуватися знаннями щодо їх дії згідно із основними економічними законами.

Аналіз господарської діяльності проводять для розробки науково обґрунтованих поточних і перспективних планів, контролю за їх виконанням, управління господарською діяльністю і вибору найкращих управлінських рішень, виявлення внутрішньогосподарських резервів, правильності використання коштів і підвищення ефективності діяльності підприємства.

Економічний аналіз залежить від багатьох проблематичних моментів, що є пов'язаними з його застосуванням на підприємстві; їх можна класифікувати за:

– місцем їх виникнення: зовнішні та внутрішні;

– важливістю результату: основні та другорядні;

– с труктурою: прості та складні;

– часом дії: постійні та тимчасові [5].

Внутрішні змінні є ситуаційними факторами всередині підприємства. Оскільки підприємства є створеними людьми системами, то внутрішні змінні переважно являють собою результат управлінських рішень. Незважаючи на це, усі внутрішні змінні повністю перебувають під контролем керівництва. Основними змінними на підприємстві є цілі, структура, завдання, технології та співробітники [4].

Керівникам необхідно враховувати вплив зовнішнього середовища, оскільки підприємство як відкрита система є залежним від зовнішнього світу, впливу зовнішніх факторів: постачальників, законодавства і державних органів, споживачів і конкурентів.

Згідно із розподілом факторів на внутрішні та зовнішні можна виділити проблеми, що виникають у процесі проведення аналізу на підприємстві:

– наявність кількох підприємств і підрозділів у складі однієї фірми ускладнює вчасне формування звітів і звітностей, які є інформаційним забезпеченням для проведення аналізу окремих напрямків діяльності підприємства;

– відсутність у роботі персоналу принципу спеціалізації, а саме розподілу обов'язків і відповідальності на місцях як за горизонталлю виробничо-комерційного процесу, через що відбувається дублювання управлінських звітів різними підрозділами та службами, так і за вертикаллю влади;

– розподіл обов'язків між кількома найбільш спеціалізованими працівниками;

– неправильне визначення керівниками цілей, завдань, об'єктів дослідження, термінів виконання аналізу;

– відсутність взаємозв'язку між окремими підрозділами, що відповідають за роботу з людьми та інформацією;

– психологічні та моральні труднощі персоналу на різних рівнях управління підприємством;

– відсутність взаємозв'язку між окремим програмним забезпеченням підприємства, що є необхідним для проведення економічного аналізу, або перехід від однієї версії програми до іншої [5].

Для розв'язання наявних проблем і усунення недоліків керівництву необхідно:

– залучити фахівців з планування, обліку й аналізу на етапі прийому на роботу на підставі спеціальних конкурсних відборів;

– розглянути й удосконалити системи мотивації працівників підприємства до самонавчання й розвитку професійних навичок;

– надати співробітникам можливості для відвідування курсів підвищення кваліфікації;

– залучити висококваліфікованих працівників зі спеціалізованих установ, організацій;

– забезпечити безпосереднім виконавцям свободу в прийнятті рішень, що не суперечить принципам управління і стратегічним цілям;

– відстежувати якість програмного забезпечення підприємства, своєчасно упроваджувати відповідні оновлення;

– розробити шляхи взаємодії окремих підрозділів підприємства між собою [5].

Таким чином, економічний аналіз є невід'ємною складовою управління суб'єктом господарювання, одним із найважливіших етапів економічного дослідження діяльності підприємства. У статті розглянуто ймовірні проблеми економічного аналізу підприємницької діяльності, обґрунтовано, що у процесі аналізу необхідно більше уваги звертати на виконання виробничої програми, оцінювати незавершене виробництво, усі витрати та їх складові. Перераховані проблеми не є вичерпними: кожен аналітик може додати до цього списку власні та зосередити на них увагу.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Сапрун Г. Г.

Література: 1. Косова Т. Д., Сухарев П. М., Ващенко Л. О. Організація і методика економічного аналізу : навч. посіб. Київ : Центр навч. літ., 2012. 528 с. **2.** Болюх М. А., Бурчевський В. З., Горбаток М. І. Економічний аналіз : навч. посіб. / за ред. М. Г. Чумаченка. Київ : КНЕУ, 2003. 556 с. **3.** Мних Є. В. Сучасний економічний аналіз: питання методології та організації. *Бухгалтерський облік та аудит.* 2006. № 2. С. 55–61. **4.** Цигилик І. І. Економічний аналіз – основний чинник підвищення ефективності підприємницької діяльності. *Актуальні проблеми економіки.* 2003. № 7. С. 90–98. **5.** Петрицька О. С. Напрями розвитку економічного аналізу в сучасних умовах. *Вісник Запорізького національного університету.* 2012. № 4. С. 131–136.

СТРАТЕГІЧНЕ ПОЗИЦІОНУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВА БУДІВЕЛЬНОЇ ГАЛУЗІ

УДК 658.15

Павленко М. В.

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

Анотація. *Досліджено теоретичні та практичні аспекти підходу до стратегічного позиціонування підприємства будівельної галузі на підставі матриці фінансових стратегій Франшона–Романе. Із застосуванням цього методу визначено стадію фінансового розвитку підприємства. Розглянуто можливі варіанти подальшого розвитку суб'єкта господарювання.*

Ключові слова: *підприємство, організація, суб'єкт господарювання, фінанси, фінансова стратегія, фінансово-господарська діяльність, результат господарської діяльності, результат фінансової діяльності, результат фінансово-господарської діяльності, позиціонування, матриця фінансових стратегій Франшона–Романе.*

Аннотация. *Исследованы теоретические и практические аспекты подхода к стратегическому позиционированию предприятия строительной отрасли на основании матрицы финансовых стратегий Франшона–Романе. С применением этого метода определена стадия финансового развития предприятия. Рассмотрены возможные варианты дальнейшего развития субъекта хозяйствования.*

Ключевые слова: *предприятие, организация, субъект хозяйствования, финансы, финансовая стратегия, финансово-хозяйственная деятельность, результат хозяйственной деятельности, результат финансовой деятельности, результат финансово-хозяйственной деятельности, позиционирование, матрица финансовых стратегий Франшона–Романе.*

Annotation. *The theoretical and practical aspects of the approach to the strategic positioning of the construction industry enterprise on the basis of the Franchon-Romane matrix of financial strategies are investigated. Using this method, the stage of financial development of an enterprise has been determined. The possible options for further development of a business entity are considered.*

Keywords: *enterprise, organization, business entity, finance, financial strategy, financial and economic activity, result of economic activity, financial result, result of financial and economic activity, positioning, Franchona–Romane financial strategy matrix.*

Актуальність цієї теми зумовлено тим, що стратегічне управління фінансовими ресурсами є важливою ланкою будь-якої фінансової системи. За посилення глобалізаційних процесів, загострення конкуренції, економічної нестабільності зовнішнього середовища перед суб'єктами господарювання гостро постають проблеми забезпечення розробки та контролю реалізації фінансової стратегії підприємства. Саме тому визначення стратегічного позиціонування підприємства і розробка належних стратегічних заходів набувають особливого значення.

Питання розробки та реалізації фінансової стратегії підприємства є предметом наукових досліджень багатьох вітчизняних науковців, серед них Бланк І., Семенов А., Гриньов А., Ястремська О., Давидов Л., Ткачук І. та ін.

Метою написання статті є визначення стадії фінансового розвитку підприємства ПрАТ «Трест Житлобуд-1» на підставі матриці фінансових стратегій, розробленої французькими науковцями Франшоном Ж. і Романе І., а також розробка пропозицій щодо формування антикризової фінансової стратегії суб'єкта господарювання.

Для окреслення стратегічних фінансових цілей подальшого розвитку суб'єкта господарювання необхідно визначитися з його стратегічним позиціонуванням у динаміці. Одним зі шляхів є застосування матриці фінансових стратегій Франшона–Романе, що дозволяє визначати поточне положення суб'єкта господарювання з точки зору фінансового ризику, розглядати ситуацію в динаміці, визначати стратегічний напрямок фінансової стратегії підприємства залежно від зміни ключових показників його діяльності. Застосування цієї матриці ґрунтується на розрахунку результату господарської діяльності, результату фінансової діяльності та результату фінансово-господарської діяльності [1].

Результат господарської діяльності розраховують за формулою:

$$РГД = БРЕІ - \Delta ФЕП - \Delta ОФ + ІД, \quad (1)$$

де *БРЕІ* – брутто-результат від експлуатації інвестицій;

© Павленко М. В., 2018

$\Delta ФЕП$ – зміна фінансово-експлуатаційних потреб;

$\Delta ОФ$ – зміна первісної вартості основних фондів за звітний період

ІД – інші доходи [1].

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 [1].

Результат фінансово-господарської діяльності розраховують за формулою:

$$РФІД = РГД + РФД, \quad (3)$$

де *РГД* – результат господарської діяльності;

РФД – результат фінансової діяльності [1].

За результатом розрахунку показників (табл. 1) суб'єкт господарювання можна умовно віднести до одного з квадрантів матриці, кожний із яких має свій номер та свою унікальну назву (рис. 1) [1].

Таблиця 1

Розрахунок показників для матриці фінансових стратегій Франшона–Романе

Показник	Умовні позначки	2015	2016	2017
1	2	3	4	5
1. Додана вартість	*ДВ*	272 926,00	390 808,00	933 456,00
1.1. Вартість виробленої продукції	*ТП*	449 212,00	512 536,00	980 275,00
1.2. Запаси готової продукції	*ГПср*	–	–	23 570,00
1.3. Незавершене виробництво	*НЗВср*	457 049,00	1041196,00	1 741 261,00
1.4. Вартість спожитих матеріальних засобів виробництва	*МВ*	–633335,00	–1162924,0	–1811 650,0
2. Брутто-результат від експлуатації інвестицій	*БРЕІ*	114 019,60	149 304,80	482 835,00
2.1. Податок на додану вартість	*ПДВ*	89 842,40	102 507,20	196 055,00
2.2. Витрати на оплату праці	*ВП*	37 469,00	84 719,00	161 308,00
2. 3. Обов'язкові платежі, що є пов'язаними з оплатою праці	*ОП*	20 558,00	25 591,00	46 347,00
2. 4. Усі податки та податкові платежі, крім податку на прибуток	*П*	11 037,00	28 686,00	46 911,00
3. Зміна величини фінансово-експлуатаційних потреб	*ΔФЕП*	289 360,00	–121 042,00	0,00
3.1. ФЕП на початок періоду	*ФЕП1*	425 926,00	715 286,00	594 244,00
3.2. ФЕП на кінець періоду	*ФЕП2*	715 286,00	594 244,00	1 008 444,00
3.3. Матеріальні запаси на початок періоду	*Заппоч*	319 368,00	484 292,00	1 098 186,00
3.4. Матеріальні запаси на кінець періоду	*Запкін*	484 292,00	1098186,00	1 892 122,00
3.5. Дебіторська заборгованість підприємства на початок періоду	*ДЗпоч*	359 033,00	534 939,00	299 124,00
3.6. Дебіторська заборгованість підприємства на кінець періоду	*ДЗкін*	534 939,00	299 124,00	552 070,00
3.7. Кредиторська заборгованість підприємства на початок періоду	*КРпоч*	255 744,00	356 712,00	915 422,00
3.8. Кредиторська заборгованість підприємства на кінець періоду	*КРкін*	356 712,00	915 422,00	1 566 402,00
4. Виробничі інвестиції	*ВІ*	4 618,00	13 816,00	23 091,00
5. Звичайні продажі майна	*ПМ*	–	–	–

Закінчення табл. 1

1	2	3	4	5
Результат господарської діяльності	*РГД*	–130460,40	–45 142,20	63 842,00
Розрахунок показників результатів фінасової діяльності				
1. Зміна позикових коштів підприємства	*ΔПК*	429148	–26759	–276558
1.1. Позикові кошти підприємства на початок періоду	*ПКП*	438790	867938	841179
1.2. Позикові кошти підприємства на кінець періоду	*ПКК*	867938	841179	564621
2. Відсотки банку	*ВБ*	–37051	–16994	–10955
3. Податок на прибуток	*ПП*	–3295	–4653	–8304
4. Виплачені дивіденди	*ВД*	0	0	0
5. Суми, отримані від емісії акцій	*ЕА*	0	0	0
6. Кошти, вкладені у статутні фонди інших підприємств	*СФ*	–830453	–662709	–50932
7. Довгострокові фінансові вкладення	*ДФ ср*	248	9241	9561
8. Відрахування, отримані від прибутку заснованих підприємств, і доходи від інших довгострокових фінансових вкладень	*ВПУ*	830414	662390	51334
Результат фінансової діяльності	*РФД*	389011	–39484	–285854
Результат фінансово-господарської діяльності	*РФГД*	258551	–84626	–222012

Таблиця 2

Позиціонування ПрАТ «Трест Житлобуд-1» у матриці фінансових стратегій Франшона–Романе

	2015	2016	2017
РГД	–130460,4 < 0	–45142,2 < 0	63842 = 0
РФД	389 011 >> 0	–39 484 = 0	–285 584 << 0
РФГД	258550,6 >> 0	–84626,2 < 0	–222 012 << 0
РГД > 0	РФД < 0	РФД = 0	РФД > 0
	1. Батько сімейства	4. Рантьє	6. Холдинг
РГД = 0	7. Епізодичний дефіцит **2017**	2. Стійка рівновага	5. Атака
РГД < 0	9. Кризовий стан	8. Дилема **2016**	3. Хитка рівновага **2015**

Таким чином, за розрахунками ПрАТ «Трест Житлобуд-1» у 2015 р. перебував у третьому квадранті «Нестійка рівновага», для підприємств якого характерними є забезпечення збереження платоспроможності лише за рахунок нарощування заборгованості, наявність передумов виникнення кризи. У 2016 р. спостерігався дефіцит коштів, пов'язаний зі зниженням рівня економічної прибутковості. У 2017 р. суб'єкт господарювання перебував у квадранті 7 «Епізодичний дефіцит», для якого характерним є дефіцит ліквідних коштів через розрив між термінами надходження та витрачання коштів. На даному етапі розвитку у ПрАТ «Трест Житлобуд-1» задіяні не всі можливості розвитку. Якщо підприємство не переорієнтується, то через деякий час опиниться в нижніх квадрантах, тобто перейде до квадранта 9 «Кризовий стан» або до квадранта 8 «Дилема». За таких умов у нього не буде шансів на отримання запозичених коштів, це означає перехід із квадранта 7 до квадранта 9 або 8 відповідно. Якщо підприємство зможе правильно зорієтуватися щодо кон'юнктури ринку, воно має можливість перейти до квадранта 2. Загалом видно, що на підприємстві існує проблема з ліквідними коштами, особливо із наявністю власних оборотних коштів. Чистого прибутку підприємства не вистачає для безперебійного його функціонування, отже, господарська діяльність підприємства не є достатньо ефективною.

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

Література: 1. Семенов А. Г. Матриця фінансових стратегій. *Вісник економічної науки України.* 2008. № 2. С. 139–146. **2.** Бланк И. А. Финансовая стратегия предприятия. Киев : Ника-Центр ; Эльга, 2006. 520 с. **3.** Гриньов А. В., Ястремська О. М. Якість формування фінансової стратегії підприємства. *Фінанси України.* 2006. № 6.

С. 121–128. **4.** Давыдова Л. В., Ильминская С. А. Финансовая стратегия как фактор экономического роста предприятия. *Финансы и кредит.* 2004. № 30. С. 5–8. **5.** Ткачук І. Г. Формування фінансової стратегії в системі управління підприємством. *Вісник ЖДТУ.* 2008. № 2. С. 301–304.

ПОЗИЦІОНУВАННЯ АГРОПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА ІЗ ЗАСТОСУВАННЯМ МАТРИЦІ ФРАНШОНА–РОМАНЕ ЯК СКЛАДОВА ЙОГО АНТИКРИЗОВОЇ СТРАТЕГІЇ

УДК 658.15

Панковець Е. Ю.

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

Анотація. *Досліджено методичний підхід до стратегічного позиціонування підприємства сільськогосподарської галузі. Визначено стадію фінансового розвитку підприємства на підставі його позиції в матриці фінансових стратегій Франшона–Романе. Розглянуто можливі варіанти зміни фінансової рівноваги підприємства.*

Ключові слова: *підприємство, фінанси, фінансова стратегія, фінансово-господарська діяльність, результат господарської діяльності, результат фінансової діяльності, результат фінансово-господарської діяльності, позиціонування, матриця фінансових стратегій Франшона–Романе.*

Аннотация. *Исследован методический подход к стратегическому позиционированию предприятия сельскохозяйственной отрасли. Определена стадия финансового развития предприятия на основании его позиции в матрице финансовых стратегий Франшона–Романе. Рассмотрены возможные варианты изменения финансового равновесия предприятия.*

Ключевые слова: *предприятие, финансы, финансовая стратегия, финансово-хозяйственная деятельность, результат хозяйственной деятельности, результат финансовой деятельности, результат финансово-хозяйственной деятельности, позиционирование, матрица финансовых стратегий Франшона–Романе.*

Annotation. *The methodical approach to the strategic positioning of enterprises in the agricultural sector is investigated. The stage of financial development of an enterprise has been determined on the basis of its position in the matrix of financial strategies of Franchona–Romane. The possible options for changing the financial balance of the enterprise.*

Keywords: *enterprise, finance, financial strategy, financial and economic activity, result of economic activity, result of financial activity, result of financial and economic activity, positioning, matrix of financial strategies of Franchona–Romane.*

Основною метою діяльності будь-якого підприємства є максимізація його ринкової вартості та підвищення рівня добробуту власників. Необхідною умовою досягнення цієї мети є оцінка й коригування стратегічного фінансового планування, отже, стратегічне бачення є однією з основних характеристик успішного підприємства. Однак, керівники сучасних вітчизняних підприємств більше часу приділяють розв'язанню поточних завдань, не розглядаючи як доцільне ефективне стратегічне управління фінансовою діяльністю. Комплексна оцінка фінансової діяльності є першим кроком на шляху до стратегічного фінансового планування.

Питання розробки та реалізації фінансової стратегії підприємства висвітлено у працях зарубіжних і вітчизняних науковців, серед них Портер М., Ансофф І., Бланк І., Семенов А., Ястремська О., Гриньов А. та ін.

© Панковець Е. Ю., 2018

Метою написання статті є визначення стадії фінансового розвитку ТОВ Агрофірма «Агрокомплект», оцінювання наявних стратегічних альтернатив на підставі матриці Франшона–Романе та надання рекомендацій щодо формування антикризової фінансової стратегії.

Матриця фінансових стратегій Франшона Ж. та Романа І. являє собою стратегічну фінансову модель, яка ґрунтується на трьох основоположних категоріях фінансового менеджменту: результаті господарської діяльності, результаті фінансової діяльності та результаті фінансово-господарської діяльності.

Основною господарською діяльністю підприємства є будь-яка діяльність, пов'язана з виробництвом продукції, вкладенням коштів у виробництво або реалізацію майна [1]. До фінансової діяльності відносять суми, отримані у вигляді надходжень власних коштів (емісія акцій), позикових коштів і відрахування, що є пов'язаними з вартістю придбаного позикового капіталу.

Матрицю фінансової стратегії застосовують для визначення як поточного рівня діяльності підприємства, так і можливих стратегій його подальшого розвитку. Вона дозволяє спрогнозувати можливі варіанти розвитку виробництва на два-три роки, визначити припустимі межі можливостей підприємства.

Перейдемо до розрахунку показників, що характеризують господарську, фінансову та фінансово-господарську діяльність ТОВ Агрофірма «Агрокомплект» за останні три роки. Результати розрахунків подано в табл. 1 [5].

Таблиця 1

Результати розрахунку показників результативності діяльності ТОВ Агрофірма «Агрокомплект», 2014–2016 рр.

Показник	Умовні позначення	2014	2015	2016
1	2	3	4	5
Розрахунок результатів господарської діяльності підприємства				
1. Додана вартість	ДО	4725	8759	8199
1.1. Вартість виробленої продукції	ТП	6479	7637	10093
1.2. Запаси готової продукції	ГПср	302	3258	134
1.3. Незавершене виробництво	НЗВср	0	0	0
1.4. Вартість спожитих матеріальних засобів виробництва	МВ	2055	2135	2028
2. Брутто-результат від експлуатації інвестицій	БРЕІ	3125	5935	5382
2.1. Податок на додану вартість	ПДВ	1080	1273	1682
2.2. Витрати на оплату праці	ВП	107	810	703
2.3. Обов'язкові платежі, що є пов'язаними з оплатою праці	ОП	23	178	136
2.4. Усі податки та податкові платежі, крім податку на прибуток	П	391	564	296
3. Зміна величини фінансово-експлуатаційних потреб	ΔФЕП	-4229	10465	7839
3.1. Матеріальні запаси на початок періоду	Зап поч	6076	1104	1224
3.2. Матеріальні запаси на кінець періоду	Запкін	1104	13564	6076
3.3. Дебіторська заборгованість підприємства на початок періоду	ДЗпоч	35038	41526	33470
3.4. Дебіторська заборгованість підприємства на кінець періоду	ДЗкін	41526	42039	35038
3.5. Кредиторська заборгованість підприємства на початок періоду	КРпоч	10489	16234	11908
3.6. Кредиторська заборгованість підприємства на кінець періоду	КРкін	58850	18741	10489
3.7. ФЕП на початок періоду	$ФЕП_1$	16234	26397	22786
3.8. ФЕП на кінець періоду	$ФЕП_2$	30625	36862	30625
4. Виробничі інвестиції	ВІ	26	-291	26
5. Звичайні продажі майна	ПМ	0	0	0
Результат господарської діяльності	РГД	–570	–4240	–2482
Відношення РГД до ДВ, % (норма +/ – 0–10 %)		–0,12	–0,48	–0,30

Закінчення табл. 1

1	2	3	4	5
Розрахунок результатів фінансової діяльності підприємства				
1. Зміна позикових коштів підприємства	ПК	0	–1000	–404
1.1. Позикові кошти підприємства на початок періоду	ПКП	1000	1000	1404
1.2. Позикові кошти підприємства на кінець періоду	ПКК	1000	0	1000
2. Відсотки банку	ВБ	0	0	0
3. Податок на прибуток	ПП	0	0	0
4. Виплачені дивіденди	ВД	0	0	0
5. Суми, отримані від емісії акцій	ЕА	0	0	0
6. Кошти, вкладені у статутні фонди інших підприємств	СФ	0	0	-46
7. Довгострокові фінансові вкладення	ДФср	0	0	0
8. Відрахування, отримані від прибутку заснованих підприємств, і доходи від інших довгострокових фінансових вкладень	ВПУ	0	0	0
Результат фінансової діяльності	РФД	0	–1000	–358
Відношення РФД до ДВ, % (норма +/– 0–10 %)		0	–0,11	–0,04
Результат фінансово-господарської діяльності	РФГД	–570	–5240	–2841
Відношення РФГД до ДВ, % (норма +/– 0–10 %)		–0,12	–0,60	–0,35

Матрицю фінансових стратегій подано в табл. 2 [4].

Таблиця 2

Матриця фінансових стратегій Франшона–Романе

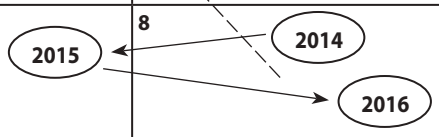
Показники	*РФД* < 0	*РФД* → 0	*РФД* > 0
РГД > 0	1. Батько сімейства *РФГД* → 0	4. Рантьє *РФГД* > 0	6. Холдинг *РФГД* >> 0
РГД 0	7. Епізодичний дефіцит *РФГД* < 0	2. Стійка рівновага *РФГД* → 0	5. Атака *РФГД* > 0
РГД < 0	9. Кризовий стан *РФГД*<< 0	8. Дилема *РФГД* < 0	3. Хитка рівновага *РФГД* → 0

Для позиціонування підприємства у 2014–2016 рр. побудуємо матрицю Франшона–Романе (табл. 3) [5].

Таблиця 3

Позиціонування ТОВ Агрофірма «Агрокомплект» у матриці фінансових стратегій Франшона–Романе, 2014–2016 рр.

	РФД < 0	*РФД* = 0	*РФД* > 0
РГД > 0	**1**	**4**	**6**
РГД = 0	**7**	**2**	**5**
РГД < 0	**9**	**8**	**3**



Бачимо, що у 2014 р. та у 2016 р. підприємство перебувало у квадранті 8, це вказує на його істотну залежність від зовнішніх залучень і тенденцію до зростання обсягу зобов'язань. У 2015 р. підприємство було у найгіршому

фінансовому стані: перебування у квадранті 9 вказує на дефіцит коштів, переважання відтоку коштів над їх надходженням, невиконання умов ліквідності [5].

Таким чином, на підставі аналізу позиціонування підприємства можна говорити про неефективність його господарської діяльності: недостатніми є обсяги фінансових результатів і ліквідність, наявні істотні фінансові ризики, стан підприємства можна охарактеризувати як ризиковий і сумнівний. У кращому разі компанії загрожує опинитися у квадранті 4, якщо успішна діяльність буде підкріплена позитивним результатом господарської діяльності за умови відмови від нарощування залученого капіталу. У гіршому разі ТОВ Агрофірма «Агрокомплект» може знов опинитися у квадранті 9. У такому випадку може допомогти лише продаж менш рентабельних інвестиційних активів, оскільки із залученням запозиченого капіталу не уникнути труднощів, а додаткова оплата власним капіталом може дати лише тимчасовий косметичний ефект. Так чи інакше, у разі зміни ринкової кон'юнктури у гірший бік не доводиться сподіватися на краще. Подальше фукціонування підприємства залежатиме від досвіду вищого керівництва та якості антикризового менеджменту..

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

Література: 1. Бланк И. А. Финансовая стратегия предприятия. Киев : Ника-Центр ; Эльга, 2006. 520 с. **2.** Портер М. Конкурентная стратегия. Методика анализа отраслей и конкурентов. М. : Альпина Бизнес Букс, 2005. 464 с. **3.** Гриньов А. В., Ястремська О. М. Якість формування фінансової стратегії підприємства. *Фінанси України.* 2006. № 6. С. 121–128. **4.** Ансофф И. Стратегическое управление. М. : Экономика, 1989. 304 с. **5.** Семенов А. Г. Матриця фінансових стратегій. *Вісник економічної науки України.* 2008. № 2. С. 139–146.

INTERNET ADDICTION AND ITS IMPACT ON YOUNG PEOPLE

UDC 004.5

T. Parfenova

The 4-th year student
of the Faculty of Economic Informatics of KhNEU S. Kuznets

Annotation. *The seriousness and relevance of the problem of Internet addiction is substantiated. The causes of Internet addiction were determined, treatment strategies were considered.*

Keywords: *Internet, computer technologies, Internet addiction, causes, symptoms, treatment strategies.*

Анотація. *Обґрунтовано серйозність і актуальність проблеми інтернет-залежності. Визначено причини виникнення інтернет-залежності, розглянуто стратегії лікування.*

Ключові слова: *Інтернет, комп'ютерні технології, інтернет-залежність, причини, симптоми, стратегії лікування.*

Аннотация. *Обоснована серьезность и актуальность проблемы интернет-зависимости. Определены причины возникновения интернет-зависимости, рассмотрены стратегии лечения.*

Ключевые слова: *Интернет, компьютерные технологии, интернет-зависимость, причины, симптомы, стратегии лечения.*

© T. Parfenova, 2018

Introduction. The problem of widespread Internet use bothers doctors, scientists and ordinary users. Internet Addiction Disorder (IAD) ruins lives by causing neurological complications, psychological disturbances and social problems. Internet addiction affects most on children and adolescents. Doctors of developed countries have already warned about the danger – young people spend more and more time online, preferring virtual world to reality. According to various sociological surveys, nowadays at least 16 % of the 18 to 25 year olds displays symptoms of net addiction, more or less suffering from over-indulgence of using computers and the Internet [1; 4].

The topicality of this article is determined by the fact that we cannot imagine present-day society without computer technologies and Internet, but at the same time Internet addiction is in progress. The more users begin to use Internet, the bigger number of addicts appears.

The purpose of this article is to consider the phenomenon and symptoms of Internet addiction, to analyze causes of addiction and to find out methods of treatment.

To achieve this aims, we have distinguished a number of following tasks to be performed to:

– describe symptoms and psychological profile of Internet-dependence;

– analyze causes of Internet addiction;

– consider ways to solve the problem of Internet addiction.

The subject of the article is Internet Addiction Disorder (IAD). The object of the article is the consideration of Internet Addiction Disorder (IAD) causes, impact on lives of young people and its treatment.

The term «Internet addiction» was first proposed by the American doctor Goldberg, a few years ago. Under this concept, he realized an irresistible attraction to the Internet, which is characterized by destructive effect on household, education, social relationships, work, family, financial activities [4].

By the degree of departure from reality, Internet addiction is very similar to addiction to drugs, alcohol, gambling. A significant amount of people already has this pathology, because many people use Internet not only for work or for study, but also for chatting and for using sites that are provided for entertainment.

The first stage of Internet addiction consists of more or less easy disorder. Gradually, addicted people are moving away from their family and friends, leaving a priority for the World Wide Web.

On the second stage, symptoms are growing sharply. In this case the user has disturbed attention, decreased ability to work, insomnia, until the complete rejection of sleep, appear obsessive thoughts, dramatically increased desire for stimulants: coffee, cigarettes, alcohol, drugs. To mental disorders also attach, pressure drops, bone aches and headache.

The third stage is social exclusion. At this stage user is not receiving pleasure from communicating over the Internet, but still constantly use different Internet sites [2].

Today in Ukraine there is no psychological or psychiatric diagnosis «computer addiction». In the last version of the «Diagnostic and Statistical Manual of Mental Disorders» (DSM-IV), which sets standards for types of classifications of mental diseases, these categories were not included. It is believed that if Internet addiction will subsequently recognized as disease, the number of those who suffer from it will be substantially less than it seems now [2].

Causes of Internet addiction. While more research needs to be completed about why people become addicted to the Internet, there are some known causes of Internet addiction. Causes can vary by age, gender and personality.

Social Causes. Some people become addicted to the Internet because of the social connections they make online. Online friends allow people to escape their real lives and possibly fulfill their needs for emotional contacts that they do not get in real life.

Personality Trait Causes. Some people may be predisposed to online addictions; much like one can be predisposed to an alcohol addiction. Someone with the right mix of an addictive personality, life stressors, and poor emotional health could get addicted to the Internet if it takes place in their life during this time [3].

Internet addiction treatment. The main key to getting rid of or even avoiding, any type of addiction is to understand the basic elements of the addiction. Once you understand these elements you will have a better chance of overcoming the addiction or even not getting it at all.

The elements of addiction are:

1) denial;

2) failing to ask for help;

3) lack of other pleasures In other activities;

4) underlying deficiencies in other aspects of life;

5) giving in to temptation;

6) failing to keep your word;

7) failing to do what may be necessary;

8) failing to anticipate and deal with relapses [4].

If you decided to solve the problem of Internet addiction on your own, or with the support of your family, you need to accomplish some following suggestions:

1. Set your computer usage boundaries early on. There's no point trying to change your habits if you haven't decided on your new boundaries. How long are you going to use the computer from now on? For what purposes? Decide this first, take action second.

2. Get your family and friends onside. Ensure your family keeps you accountable and limits the amount of time you spend online. Set a time limit in hours or minutes and make it clear that there are no valid excuses for extended use; you've got to be dragged away from the computer no matter what, once your time runs out.

3. Give them the passwords. Once you've got the agreement of your family or roommates to help you out, let them change the passwords to your computer's user account, the modem or router, and your email account

4. Modify your routine. If you trap yourself by checking email first thing in the morning or heading straight for the computer when you get home from work, intending to get off and do other things but never quite getting there, change your routine a bit and get other things out of the way first.

5. Don't use the computer for recreational purposes. Remove the emotive feel-good incentive to use the computer by using it for business and email. Find recreational activities in real life and completely replace your internet entertainment with them.

6. Track your progress. Remind yourself how much good progress you're making by tracking the amount of time you spend online compared to the boundaries you set in step one [2; 4].

Trying to solve it on your own and seeing how far you get is a great test. If you're unsure about this and you can't manage it, get help from professionals, before it gets out of hand [2].

Conclusion. Internet addiction is a serious addiction that should not be taken lightly. It can be very harmful to the person professional and private life. The key to staying away from this addiction is to understand its elements and have a strong will (power) to control oneself from all the temptations that Internet might provide.

Supervisor – teacher Polezhaeva O. V.

Literature: 1. Аносов В. Д., Лепский В. Е., Стрельцов А. А. Проблемы обеспечения информационно-психологической безопасности. URL: http://emag.iis.ru/arc/infosoc/emag.nsf/BPA/cd53da16491fa42dc32575bc0046c80f. **2.** Войскунский А. Е. Зависимость от Интернета: актуальная проблема. URL: http://banderus2.narod.ru/80266.html. **3.** Causes of internet addiction. URL: https://addiction.lovetoknow.com/wiki/Causes_of_Internet_Addiction. **4.** Internet addiction: definition, assessment, epidemiology and clinical management. URL: https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/18399706.

ОЦІНКА ВПЛИВУ ФАКТОРІВ ЗОВНІШНЬОГО ТА ВНУТРІШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА НА ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА ІЗ ЗАСТОСУВАННЯМ SWOT-АНАЛІЗУ

УДК 338.439.5

Пастушко А. І.

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

Анотація. *Проведено стратегічний аналіз підприємства із застосуванням методу SWOT-аналізу. Оцінено внутрішні та зовнішні фактори, які впливають на розвиток підприємства. Із застосуванням матриці SWOT-аналізу узагальнено отримані результати.*

Ключові слова: *підприємство, фінанси, фінансова стратегія, фінансово-господарська діяльність, стратегічний аналіз, SWOT-аналіз, матриця SWOT-аналізу.*

Аннотация. *Проведен стратегический анализ предприятия с применением метода SWOT-анализа. Оценены внутренние и внешние факторы, влияющие на развитие предприятия. С применением матрицы SWOT-анализа обобщены полученные результаты.*

Ключевые слова: *предприятие, финансы, финансовая стратегия, финансово-хозяйственная деятельность, стратегический анализ, SWOT-анализ, матрица SWOT-анализа.*

Annotation. *A strategic analysis of the enterprise using the method of SWOT-analysis. Internal and external factors affecting the development of the enterprise are evaluated. Using the matrix of SWOT-analysis summarizes the results.*

Keywords: *enterprise, finance, financial strategy, financial and economic activity, strategic analysis, SWOT-analysis, SWOT-analysis matrix.*

За сучасних умов вітчизняна тютюнова промисловість є однією з найбільш конкурентоспроможних і динамічних галузей. Одним із актуальних завдань для підприємств тютюнової галузі є формування й утримання стійких позицій як на вітчизняному, так і на міжнародних ринках.

Стратегічне планування як функція управління полягає у прагненні завчасно врахувати вплив внутрішніх і зовнішніх факторів, що забезпечують сприятливі умови для нормального функціонування та розвитку підприємства. Одним з основних інструментів стратегічного управління, що оцінюють у комплексі вплив на розвиток компанії внутрішніх і зовнішніх факторів, є SWOT-аналіз. Проведення SWOT-аналізу дає змогу оцінити поточний стан компанії, виявити сильні та слабкі її сторони, можливості й загрози зовнішнього середовища, вчасно зорієнтуватися у ринковій ситуації [1; 6].

Дослідженням особливостей визначення конкурентних позицій підприємств із застосуванням методики SWOT-аналізу займалися і займаються Згуровський М. З., Перевезра К. В., Савчук О. А., Шершньова З. Є., Коновалова О. В. та ін. Питання розвитку ринку тютюнових виробів є предметом наукових досліджень Галушко О., Лазебної І., Силивончик А.

Метою написання статті є розгляд особливостей застосування одного з найпоширеніших методів стратегічного аналізу зовнішнього та внутрішнього середовища – SWOT-аналізу, виявлення його переваг і недоліків, а також проведення стратегічного аналізу функціонування конкретного підприємства із використанням SWOT-аналізу.

Методика SWOT-аналізу грунтується на підході, який дає змогу досліджувати зовнішнє та внутрішнє середовище підприємства сукупно. Із застосуванням цієї методики можна встановити взаємозв'язки між сильними та слабкими сторонами, властивими підприємству, і зовнішніми загрозами і можливостями. Спершу виявляють сильні та слабкі сторони, а також загрози і можливості. Після цього встановлюють взаємозв'язки між ними, що може бути використано для розробки стратегії підприємства.

Це достатньо швидкий і дієвий метод оцінки зовнішнього та внутрішнього середовища, який дає змогу оцінити поточний стан компанії та вчасно зорієнтуватися у ринковій ситуації; систематизувати проблемні ситуації; краще зрозуміти структуру ресурсів, на які слід опиратися в удосконаленні діяльності та розвитку компанії; відстежувати загальний стан зовнішнього бізнес-середовища; виділяти та використовувати нові потенційні можливості швидше, ніж конкуренти; вибрати оптимальний шлях розвитку й уникнути небезпек; приймати зважені рішення

© Пастушко А. І., 2018

щодо розвитку бізнесу. Вчасно прийняті зважені стратегічні рішення відіграють ключову роль в успішній діяльності організації [6].

Завданнями SWOT-аналізу є виявлення маркетингових можливостей, які відповідають ресурсам фірми; визначення маркетингових загроз і розробка заходів щодо знешкодження їх впливу; виявлення сильних сторін фірми й зіставлення їх із ринковими можливостями; визначення слабких сторін фірми та розробка стратегічних напрямів їх подолання; виявлення конкурентних переваг фірми та формування її стратегічних пріоритетів [4].

Реалізація методики SWOT-аналізу охоплює кілька етапів. Перший передбачає визначення власних сильних і слабких сторін підприємства. Для цього слід:

– скласти перелік параметрів, за якими оцінюватиметься підприємство;

– за кожним параметром визначити, що є сильною стороною підприємства, а що – слабкою;

– з усього переліку вибрати найважливіші сильні та слабкі сторони підприємства.

На другому етапі відбувається визначення ймовірних загроз і наявних можливостей. Третій етап передбачає зіставлення сильних і слабких сторін підприємства із можливостями та загрозами [6].

Для зіставлення можливостей підприємства й узагальнення результатів застосовують матрицю SWOT-аналізу.

Цей метод, як і всі інші, має свої переваги та недоліки. Основною його перевагою є простота і можливість витрачати невеликі кошти на його проведення, а також гнучкість і наявність безлічі варіантів. Це також систематизація знань про внутрішні та зовнішні фактори впливу на процес стратегічного планування, можливість визначити конкурентні переваги підприємства та сформувати стратегічні пріоритети, періодично проводити діагностику ринку та ресурсів підприємства. Недоліками SWOT-аналізу, на які слід зважати, є неможливість урахування всіх сильних і слабких сторін, можливостей і загроз, суб'єктивність вибору та ранжування факторів зовнішнього і внутрішнього середовища, погана адаптація до стрімко змінюваного середовища [6].

Після аналізу всіх чотирьох аспектів SWOT-аналізу сформуємо кінцеву матрицю (табл. 1) [3; 4].

Таблиця 1

Матриця SWOT-аналізу для ПрАТ «Філіп Морріс Україна»

Сильні сторони	**Слабкі сторони**
1. Тривалість перебування на українському ринку. 2. Значна частка продажів на українському ринку. 3. Висока якість продукції, що дає змогу компанії експортувати свої товари навіть на ринки із найвибагливішими споживачами. 4. Постійне оновлення лінійки виготовлюваної продукції. 5. Можливість користуватися у різних питаннях досвідом і підтримкою материнської компанії. 6. Запуск інноваційного продукту, що не має аналогів на українському ринку	1. Недостатньо розвинена мережа продажів продуктів зі зниженим ризиком (здійснюються лише у п'яти найбільших містах України)
Можливості	**Загрози**
1. Збільшення кількості споживачів за рахунок унікальності продуктів зі зниженим ризиком на вітчизняному ринку	1. Поява у конкурентів нових технологій. 2. Політична нестабільність. 3. Постійні зміни валютного курсу. 4. Зміни у нормативно-правовому регулюванні виробництва та реалізації тютюнових виробів

Сильними сторонами ПрАТ «Філіп Морріс» є:

– тривалість перебування на українському ринку;

– значна частка продажів на українському ринку;

– висока якість продукції, що дає змогу компанії експортувати свої товари навіть на ринки із найвибагливішими споживачами;

– можливість користуватися у різних питаннях досвідом і підтримкою материнської компанії;

– з апуск інноваційного продукту, що не має аналогів на українському ринку [3].

Слабкістю є те, що мережа магазинів продажу продуктів зі зниженим ризиком є вузькою, точки продажів наявні лише у п'яти містах України.

Можливостями є:

– розробка нових продуктів зі зниженим ризиком і вихід їх на вітчизняний ринок;

– розширення мережі продажів продуктів зі зниженим ризиком у інших містах України.

До загроз належать:

– зміни у нормативно-правовому регулюванні виробництва та реалізації тютюнових виробів, а саме впровадження заборони на нанесення назви бренду на пачку із продуктом;

– вихід на вітчизняний ринок продуктів конкурентів зі зниженим ризиком [3; 5].

Таким чином, ПрАТ «Філіп Морріс» має значні переваги перед своїми конкурентами та стійку позицію на вітчизняному ринку. Зовнішні загрози, такі як політична нестабільність, постійні зміни валютного курсу та зміни у нормативно-правовому регулюванні виробництва та реалізації тютюнових виробів однаково негативно вплинуть на всіх виробників галузі. Водночас можливості компанії виділяють її серед конкурентів, і завдяки роботі над слабкими сторонами, а саме розширенню реалізації інноваційних продуктів, компанія зможе досягнути значних успіхів на вітчизняному ринку тютюнових виробів.

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

Література: 1. SWOT-аналіз як основний інструмент стратегічного управління, його аспекти і недоліки // Ключові аспекти наукової діяльності : матеріали міжнародної науково-практичної конференції. Дніпропетровськ : Дніпропетровський національний університет ім. О. Гончара, 2010. С. 5–9. **2.** Балабанова Л. В. SWOT-аналіз – основа формування маркетингових стратегій : навч. посіб. Київ : Знання, 2005. 302 с. **3.** Тютюнова галузь залишається джерелом поповнення скарбниці. *Офіційно про податки*. URL: http://www.visnuk.com.ua/uk/publication/19-tyutyunova-galuz-zalishayetsya-dzherelom-popovnennya-skarbnitsi?issue=1. **4.** Згуровський М. З., Перевезра К. В. Методика побудови сценаріїв розвитку України з використанням SWOT-аналізу. *Системні дослідження та інформаційні технології.* 2009. № 2. С. 7–17. **5.** Тютюновий ринок в Україні. URL: http://imperial-tobacco.com.ua/tobacco. **6.** Пивоваров М. Г., Шаповалов А. М. SWOT-анализ производственно-хозяйственной деятельности малых предприятий. *Вісник економічної науки України.* 2010. № 2. С. 109–113.

МАТРИЦЯ ФІНАНСОВИХ СТРАТЕГІЙ ПАТ «САН ІНБЕВ УКРАЇНА»

УДК 65.012.23

Перевезій Є. Ю.

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

Анотація. *Визначено стадію фінансового розвитку підприємства на підставі його позиції в матриці фінансових стратегій Франшона–Романе. Проаналізовано можливі варіанти зміни фінансової рівноваги. Розроблено рекомендації для формування оптимальної фінансової стратегії підприємства.*

Ключові слова: *підприємство, організація, фінанси, фінансова стратегія, фінансова рівновага, фінансово-господарська діяльність, результат господарської діяльності, результат фінансової діяльності, результат фінансово-господарської діяльності, позиціювання, стадія фінансового розвитку, матриця фінансових стратегій Франшона–Романе.*

Аннотация. *Определена стадия финансового развития предприятия на основании его позиции в матрице финансовых стратегий Франшона–Романе. Проанализированы возможные варианты изменения финансового равновесия. Разработаны рекомендации для формирования оптимальной финансовой стратегии предприятия.*

© Перевезій Є. Ю., 2018

Ключевые слова: *предприятие, организация, финансы, финансовая стратегия, финансовое равновесие, финансово-хозяйственная деятельность, результат хозяйственной деятельности, результат финансовой деятельности, результат финансово-хозяйственной деятельности, позиционирование, стадия финансового развития, матрица финансовых стратегий Франшона–Романе.*

Annotation. *The stage of financial development of an enterprise has been determined on the basis of its position in the matrix of financial strategies of Franchon-Roman. Analyzed possible options for changing financial equilibrium. Developed recommendations for the formation of the optimal financial strategy of the enterprise.*

Keywords: *enterprise, organization, finance, financial strategy, financial equilibrium, financial and economic activity, result of economic activity, financial result, result of financial and economic activity, positioning, stage of financial development, matrix of financial strategies of Franchona–Romane.*

Основною метою діяльності будь-якого підприємства є максимізація його ринкової вартості та підвищення рівня добробуту власників. Необхідною умовою для досягнення цієї мети є розробка й 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 через вибір найефективніших шляхів досягнення фінансових цілей, адекватного коригування напрямів формування і використання фінансових ресурсів за зміни умов зовнішнього середовища [1].

Питання розробки та реалізації фінансової стратегії підприємства висвітлено у працях багатьох науковців, серед них Ансофф І., Бланк І., Гриньов А., Журавльова І., Ткачук І. та ін.

Метою написання статті є визначення поточного фінансового стану й можливих напрямів розвитку підприємства, а також розробка стратегії подальшої діяльності.

Для оцінки поточного стану та варіантів розвитку визначимо позиціонування суб'єкта господарювання за матрицею Франшона–Романе. Матриця фінансових стратегій (фінансової рівноваги), розроблена французькими науковцями Франшоном Ж. і Романе І., є одним із найефективніших методичних підходів до визначення стадії фінансового розвитку підприємства й оцінки альтернативних варіантів подальшої зміни його фінансового стану.

Для визначення позиції підприємства у матриці фінансових стратегій Франшона–Романе необхідно обчислити ключові показники: результат господарської діяльності, результат фінансової діяльності та результат фінансово-господарської діяльності [4].

Результат господарської діяльності (РГД) є сумою коштів, яка 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 господарської діяльності визначають за формулою:

$$РГД = БРЕІ - \Delta ФЕП - \Delta ОФ + ІД, \quad (1)$$

де *БРЕІ* – брутто-результат від експлуатації інвестицій;

ΔФЕП – зміна фінансово-експлуатаційних потреб;

ΔОФ – зміна первісної вартості основних фондів за звітний період;

ІД – інші доходи [4].

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.

Результат фінансової діяльності визначають за формулою:

$$РФД = \Delta ПК - Вф - ПП - Д + Дук - Вук - ФІд + Дф, \quad (2)$$

де *ΔПК* – 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 обчислюють як суму результатів господарської та фінансової діяльності підприємства. Цей показник дає змогу оцінити обсяг вільних грошових коштів підприємства після фінансування ним усіх витрат 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.

Розрахунок показника результату господарської діяльності ПАТ «САН ІнБев Україна» за 2015–2017 рр. подано в табл. 1 [4].

Таблиця 1

Розрахунок показника результату господарської діяльності для ПАТ «САН ІнБев Україна», 2015–2017 рр.

Показник	Умовні позначення	2015	2016	2017
1	2	3	4	5
1. Додана вартість	$ДВ = ТП + ГПср + НЗВср – МВ$	1763199	2016323	2114188
а) вартість виготовленої продукції	*ТП*	3737478	4021819	4322872
б) запаси готової продукції	*ГПср*	64367	59885	51420
в) незавершене виробництво	*НЗВср*	16739	23785	17946
г) вартість спожитих матеріальних засобів виробництва	*МВ*	2055385	2089166	2278050
2. Брутто-результат експлуатації інвестицій	$БРЕІ = ДВ – ПДВ – ВП – ОП – П$	384067,4	555627,8	494062,8
а) податок на додану вартість	*ПДВ*	764133,6	859813,2	886159,2
б) видатки з оплати праці	*ВП*	309287	317752	365304
в) обов'язкові платежі, що є пов'язаними з оплатою праці	*ОП*	80918	63579	69764
г) усі податки та податкові платежі, крім податку на прибуток	*П*	224793	219551	298898
3. Зміна величини фінансово-експлуатаційних потреб	$Δ ФЕП = ФЕП_2 – ФЕП_1$	–580066	–729234	–1025237
а) матеріальні запаси на початок періоду	*Започ*	159131	200547	192929
б) матеріальні запаси на кінець періоду	*Запкін*	200547	192929	246638
в) дебіторська заборгованість підприємства на початок періоду	*Дзпоч*	210635	208185	299262
г) дебіторська заборгованість підприємства на кінець періоду	*Дзкін*	208185	299262	340181
д) кредиторська заборгованість підприємства на початок періоду	*Крпоч*	1254975	1457637	1671806
е) кредиторська заборгованість підприємства на кінець періоду	*Кркін*	1457637	1671806	2111309
ж) ФЕП на початок періоду	$ФЕП = Започ + Дзпоч – Крпоч$	–885209	–1048905	–1179615
з) ФЕП на кінець періоду	$ФЕП_2 = Запкін + Дз кін – Кркін$	–1465275	–1778139	–2204852
4. Виробничі інвестиції	*ВІ*	265767	485184	449543
5. Звичайні продажі майна	*ПМ*	1143	749	1528
Результат господарської діяльності	$РГД = БРЕІ – ΔФЕП – ВІ – ПМ$	–462909	–659539	–982245

Бачимо (табл. 1), що результат господарської діяльності має від'ємне значення, оскільки підприємство фінансується практично за рахунок позикових ресурсів.

Розрахунок показника результату фінансової діяльності та результату фінансово-господарської діяльності для ПАТ «САН ІнБев Україна» за 2015–2017 рр. подано в табл. 2 [4].

Бачимо (табл. 2), що результат фінансової діяльності набуває від'ємного значення щороку за рахунок надмірного залучення кредитних ресурсів. Значення результату фінансово-господарської діяльності вказує на нестачу вільних грошових коштів.

На підставі розрахованих значень ключових показників здійснимо позиціонування ПАТ «САН ІнБев Україна» у матриці фінансових стратегій Франшона–Романе (рис. 1) [5].

Таблиця 2

Розрахунок показника результату фінансової діяльності та результату фінансово-господарської діяльності ПАТ «САН ІнБев Україна», 2015–2017 рр.

Показник	Умовні позначення	2015	2016	2017
1	2	3	4	5
1. Зміна позикових коштів підприємства	*ПК = ПКК – ПКП*	189918	61470	231180
а) позикові кошти підприємства на початок періоду	*ПКП*	211761	401679	463149
б) позикові кошти підприємства на кінець періоду	*ПКК*	401679	463149	694329
2. Відсотки банку	*ВБ*	–110451	–93115	–112553
3. Податок на прибуток	*ПП*	36751	-5242	79347
4. Виплачені дивіденди	*ВД*	0	0	0
5. Суми, отримані від емісії акцій	*ЕА*	0	0	0
6. Кошти, вкладені у статутні фонди інших підприємств	*СФ*	–2183	–3754	–90173
7. Довгострокові фінансові вкладення	*ДФср*	32	32	32
8. Відрахування, отримані від прибутку заснованих підприємств, і доходи від інших довгострокових фінансових вкладень	*ВПУ*	1143	749	1528
Результат фінансової діяльності	*РФД* = 1 – 2 – 3 – 4 + 5 – 6 – 7 + 8	41644	–39924	–49397
Результат фінансово-господарської діяльності	*РФГД = РГД + РФД*	–421265	–699463	–1031642

	РФД < 0	РФД ≈ 0	*РФД* > 0
РГД > 0	1. Батько сімейства	4. Рантьє	6. Холдинг
РГД ≈ 0	7. Епізодичний дефіцит	2. Стійка рівновага 2015 2016	5. Атака
РГД < 0	9. Кризовий стан	8. Дилема 2017	3. Хитка рівновага

Рис. 1. **Позиціонування ПАТ «САН ІнБев Україна» у матриці фінансових стратегій Франшона–Романе**

Бачимо (рис. 1), що у 2015–2017 рр. позиція підприємства у матриці фінансових стратегій відповідала квадранту 2, для підприємств якого характерною є стійка рівновага. Суб'єкт господарювання не женеться за конкурентами й водночас не є останнім на ринку. Суб'єкт господарювання перебував у стані фінансової рівноваги і мав найбільшу кількість можливих варіантів зміни фінансового положення.

У 2017 р. підприємство перейшло до 8 квадранта «Дилема», для підприємств якого характерним є дефіцит коштів, що є пов'язаним зі зниженням рівня економічної прибутковості. Можливим є перехід до квадрантів 2; 7 або 9. Зауважимо, що квадранти 7 та 9 є позиціями дефіциту ліквідних коштів. Якщо рівень економічної рентабельності відновиться або навіть перевищуватиме темпи зростання обігу, можливий перехід до квадранта 2.

Переміщення до квадранта 7 із назвою «Епізодичний дефіцит», для підприємств якого характерними є неузгодженість термінів надходження й використання інвестицій, може статися передусім за рахунок зниження використання позикових коштів. У такому разі покращення ситуації з ліквідними засобами підприємства не відбудеться, але кризові явища на підприємстві будуть перетворені на іншу форму, що наблизить підприємство до виходу зі скрутного становища.

Якщо показники рентабельності знизяться й матимуть від'ємні значення, підприємство може переміститися до квадранта 9 із назвою «Кризовий стан», для суб'єктів господарювання якого характерними є збитковість, неліквідність і неплатоспроможність. Напрямами виходу з кризового стану можуть стати дезінвестиції, за можливості фінансова підтримка держави або материнської компанії.

Таким чином, на підставі проведеного аналізу можна зробити висновок про пріоритетність для ПАТ «САН ІнБев Україна» ймовірності повернення до позиції, що відповідає квадранту 2 «Стійка рівновага». Необхідно довес-

ти рентабельність активів до потрібної величини: потурбуватися про ефективність, запровадити заходи щодо скорочення витрат на підприємстві. За можливості слід попрацювати над скороченням фінансово-експлуатаційних потреб, у тому числі за рахунок грамотного управління дебіторською та кредиторською заборгованостями підприємства..

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. № 21. С. 177–179. **2.** Ансофф И. Стратегическое управление. М. : Экономика, 1989. 358 с. **3.** Бланк И. А. Финансовая стратегия предприятия : учебный курс. Киев : Эльга ; Ника-Центр, 2004. 520 с. **4.** Гриньов А. В., Ястремська О. М. Якість формування фінансової стратегії підприємства. *Фінанси України.* 2006. № 6. С. 121–128. **5.** 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. **6.** Ткачук І. Г. Формування фінансової стратегії в системі управління підприємством. *Вісник ЖДТУ.* 2008. № 2. С. 301–304.

ВИЗНАЧЕННЯ СУТНОСТІ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ АВТОТРАНСПОРТНОГО СТРАХУВАННЯ В СТРАХОВІЙ КОМПАНІЇ

УДК 005.332.4.368.212

Передерій А. І.

Студент 4 курсу
фінансового факультету ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Розглянуто та проаналізовано різні підходи до трактування сутності поняття «конкурентоспроможність». Визначено сутність конкурентоспроможності автотранспортного страхування в страховій компанії.*

Ключові слова: *підприємство, суб'єкт господарювання, конкурентоспроможність, страхування, страхова компанія, транспортний засіб, автотранспортне страхування.*

Аннотация. *Рассмотрены и проанализированы различные подходы к трактовке сущности понятия «конкурентоспособность». Определена сущность конкурентоспособности автотранспортного страхования в страховой компании.*

Ключевые слова: *предприятие, субъект хозяйствования, конкурентоспособность, страхование, страховая компания, транспортное средство, автотранспортное страхование.*

Annotation. *Considered and analyzed various approaches to the interpretation of the essence of the concept of «competitiveness». The essence of the competitiveness of motor insurance in the insurance company.*

Keywords: *enterprise, business entity, competitiveness, insurance, insurance company, vehicle, motor insurance.*

За умов швидкого розвитку автотранспортного страхування в Україні виникає потреба у розробці заходів щодо підвищення конкурентоспроможності цього виду страхування.

© Передерій А. І., 2018

Дослідженням сутності конкурентоспроможності займалися і займаються чимало науковців, серед них Портер М., Денієлс Д., Фатхутдинов Р., Довбуш Р., Зозуля А., Гаманкова О., Плиса В., Продіус Ю. та ін.

Метою написання статті є визначення сутності конкурентоспроможності автотранспортного страхування в страховій компанії.

У науковій літературі немає єдиного визначення сутності поняття конкурентоспроможності автотранспортного страхування. Тому виникає потреба у визначенні сутності понять, що його утворюють, – автострахування та конкурентоспроможність.

Автотранспортне страхування є окремим сегментом страхування, що швидко розвивається. Розвиток страхування автотранспортних ризиків є пов'язаним зі стрімкими економічними та соціальними змінами, що відбуваються в суспільстві.

Під автотранспортним страхуванням розуміють страхування всіх ризиків, що є пов'язаними з володінням та експлуатацією автотранспортних засобів [9].

Поняття страхування та автотранспортного страхування мають з об'єктивних причин спільні емпіричний об'єкт і відносини, які характеризують емпіричний об'єкт категорії, оскільки друге поняття є складовою першого. Тобто емпіричним об'єктом категорії автотранспортного страхування є система економічних відносин. Створення, використання фонду та захист майнових інтересів є відносинами, що характеризують емпіричний об'єкт. Специфіка категорії автострахування визначається основними зв'язками, що поєднують емпіричний об'єкт категорії з такими самими об'єктами інших категорій. Спеціальний грошовий фонд створюється для захисту майнових інтересів за настання несприятливих подій, що є пов'язаними з володінням автотранспортними засобами [9].

З огляду на зміст складових категорії автотранспортного страхування сформовано визначення автотранспортного страхування як системи економічних відносин щодо створення та використання спеціального грошового фонду для захисту інтересів громадян, підприємств, організацій за настання певних несприятливих подій, що є пов'язаними з володінням і користуванням автотранспортними засобами, шляхом виплати страхового відшкодування [4].

Особливістю автострахування є різноманітність типів транспортних засобів і вантажів як об'єктів страхування. Страховими послугами, що належать до автотранспортного страхування, є страхування КАСКО, страхування цивільної відповідальності власників наземних транспортних засобів, страхування від нещасних випадків на транспорті, страхування вантажів та ін. Автотранспортне страхування є комплексним видом страхування, оскільки для нього характерною є тісна взаємодія між собою різних галузей страхування: майнового, особистого та страхування відповідальності.

Конкуренція змушує суб'єктів страхової діяльності не зупинятися на досягнутому, а постійно самовдосконалюватися, знижувати витрати на страхову діяльність, покращувати якість страхових послуг, що пропонуються на ринку, підвищувати свою конкурентоспроможність.

Аналіз тлумачення сутності конкурентоспроможності дає підстави говорити, що науковці пропонують різні визначення цього поняття (табл.1) [2; 6–8; 10–12].

Таблиця 1

Визначення різними науковцями сутності поняття «конкурентоспроможність»

Автор	Визначення
1	2
Портер М. [6]	Конкурентоспроможність – це властивість суб'єкта ринкових відносин виступати на ринку нарівні із присутніми там конкуруючими суб'єктами
Денієлс Д., Радеба Л. [2]	Конкурентоспроможність – це реальна чи потенційна можливість підприємств виготовляти та збувати товари, які за ціновими та неціновими характеристиками є привабливішими, ніж товари конкурентів
Фатхутдинов Р. [8]	Конкурентоспроможність – це здатність до досягнення власних цілей організації за умов протидії конкурентів і задоволення потреб споживачів через пропозицію на ринку товарів, кращих, ніж у конкурентів
Продіус Ю. [7]	Конкурентоспроможність – це здатність виробництва як складної організаційно-економічної системи забезпечувати випуск конкурентоспроможної продукції, швидко й адекватно реагувати на перманентний попит споживачів, гнучко пристосовуватися, мати комерційний успіх за умов конкуренції, що є необхідним для подальшого розвитку та функціонування
Губський Б. [10]	Конкурентоспроможність – це зумовлений економічними, соціальними та політичними факторами стійкий стан країни або товаровиробника на внутрішньому й зовнішньому ринках
Бєляков А. [11]	Конкурентоспроможність – це сукупність трьох аспектів: уміння пропонувати інновації й отримувати прибуток до того, як загострюється конкурентна боротьба; можливість перехоплювати ініціативу, знаходити вже існуючі інновації та за рахунок якості, низьких операційних витрат, розвиненого маркетингу

Закінчення табл. 1

1	2
	захоплювати більшу частку ринку; здатність утримувати перемогу, можливість диктувати свої правила гри на певному ринку
Осадча І. [12]	Конкурентоспроможність – це здатність конкурувати на ринках певних товарів і послуг, забезпечуючи комбінацію їх ціни та якості

На підставі аналізу наведених підходів (табл. 1) можна зробити висновок, що конкурентоспроможність установи є результатом поєднання індивідуальних її властивостей, що дають змогу виступати на ринку й утримувати вигідну позицію серед інших учасників, а також здатності надавати доступні, затребувані та якісні послуги [2; 6–8; 10–12].

Конкурентоспроможність у всіх випадках є категорією динамічною. Її зміна в часі є зумовленою зовнішніми та внутрішніми факторами, значна частина яких може розглядатися як керовані параметри. Конкурентоспроможність відображає ефективність використання економічного потенціалу організації та формує комплексну рейтингову оцінку її позиції на відповідному ринку.

Основні функції конкурентоспроможності автотранспортного страхування, визначені на підставі аналізу літературних джерел, подано в табл. 2 [1–4; 7].

Таблиця 2

Основні функції конкурентоспроможності автотранспортного страхування

Функція	Характеристика
Стимулююча	Забезпечує підвищення ефективності залучення та використання фінансових ресурсів у процесі формування, утримання та нарощування конкурентних переваг страховика
Адаптивна	Проявляється відповідно до застосовуваних страховиком методів розрахунку економічно обґрунтованих страхових тарифів фінансових можливостей страхувальника та правил формування й розміщення страхових резервів фінансових потреб страховика
Контрольна	Полягає у відстеженні динаміки рівня конкурентоспроможності страховика на підставі виявлення відхилень фактичних від цільових значень показника конкурентоспроможності та прийняття необхідних фінансових рішень після досягнення цільових значень
Антикризова	Полягає у прогнозуванні оцінки рівня збитковості страхових операцій за розширення страхового поля та фінансування превентивних заходів щодо нівелювання впливу страхових випадків на фінансову стійкість страховика

Бачимо (табл. 2), що для забезпечення конкурентоспроможності автострахування важливими є не лише виконання певних функцій, а й розуміння плану дій щодо формування та використання страхових резервів, власного та позикового капіталу страховика у межах досягнення мети та задач управління прибутковим зростанням обсягу продаж страхових продуктів [1–4; 7].

Для оцінки конкурентоспроможності страховика страхову діяльність слід розглядати як процес перетворення страхових продуктів на страхові послуги шляхом здійснення страхових операцій (рис. 1) [5].

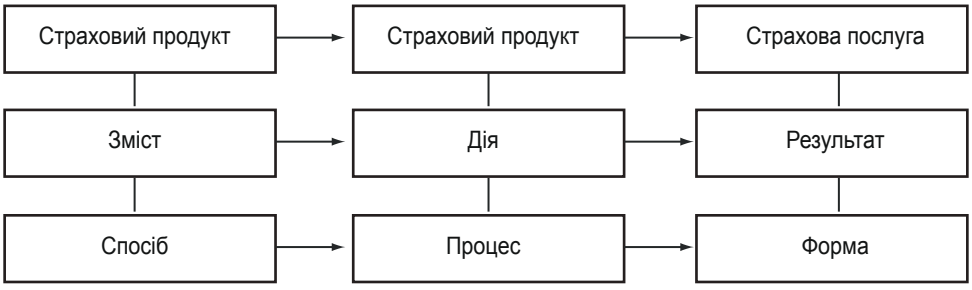


Рис. 1. **Послідовність визначення понять «страховий продукт», «страхова операція», «страхова послуга»**

Бачимо (рис. 1), що страховий продукт являє собою комплекс умов договору страхування, який шляхом здійснення страхової операції перетворюється на страхову послугу [5].

Під конкурентоспроможністю автотранспортного страхування в страховій компанії розуміють ступінь його відповідності на певний момент вимогам цільових груп споживачів щодо страхового захисту. Під конкурентоспро-

можністю страхової послуги розуміють ступінь відповідності страхових продуктів, які є її складовими, і процесів виконання страхових та інших операцій, що забезпечують її надання, вимогам цільових груп споживачів порівняно з аналогічними послугами компаній-конкурентів, представлених на страховому ринку [4; 5].

Системний підхід до процесів визначення й оцінки конкурентоспроможності автострахування в страхових компаніях обумовлює його розуміння як комплексної порівняльної характеристики, яка відображає рівень переваги сукупності оцінювальних показників діяльності, що визначають успіх компанії на певному сегменті страхового ринку за певний проміжок часу щодо сукупності показників конкурентів. В основі такої характеристики – сукупність критеріальних ознак і збалансоване поєднання обраних показників економічної активності, фінансової стійкості, рентабельності, достатності капіталу, соціальних інтересів і фінансово-інвестиційної діяльності страховиків, що забезпечує загальний економічний ефект і фінансовий результат функціонування страховика [3].

Таким чином, конкурентоспроможність автотранспортного страхування в страховій компанії розглядають як наявні можливості для надання таких страхових послуг, яким з боку потенційних страховиків надаватиметься пріоритет перед послугами компаній-конкурентів, які користуватимуться попитом і будуть з успіхом реалізовані на страховому ринку, забезпечуючи у такий спосіб успішне функціонування організації у довгостроковій перспективі.

Науковий керівник – канд. екон. наук, викладач Опешко Н. С.

Література: 1. Гаманкова О. О. Ринок страхових послуг України: сутність, тенденції та шляхи розвитку : автореф. дис. … д-ра екон. наук : 08.00.08. Київ : Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана, 2010. 34 с. **2.** Дениелс Д. Д., Радеба Л. Х. Международный бизнес: внешняя среда и деловые операции. М. : Дело, 1994. 784 с. **3.** Довбуш Р. А., Зозуля А. Л. Управління конкурентоспроможністю підприємств : підручник. Харків : Основа, 2003. 250 с. **4.** Долгошея Н. О. Страхування в запитаннях та відповідях : навч. посіб. Київ : Центр навч. літ., 2010. 318 с. **5.** Плиса В. Й. Державне регулювання страхового ринку України в умовах глобалізації. *Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка*. 2008. № 106. С. 26–30. **6.** Портер М. Э. Конкуренция. М. : Вильямс, 2005. 608 с. **7.** Продіус Ю. І. Формування системи забезпечення конкурентоспроможності промисловості : монографія. Одеса : Астропринт, 1999. 72 с. **8.** Фатхутдинов Р. А. Конкурентоспособность организации в условиях кризиса: экономика, маркетинг, менеджмент. М. : Маркетинг, 2002. 892 с. **9.** Осадець С. С. Страхування : підручник. Київ : КНЕУ, 2002. 598 с. **10.** Губський Б. В. Інвестиційні процеси в глобальному середовищі. Київ : Наукова думка, 1998. 390 с. **11.** Беляков А. В., Матвейчев О. А. Большая актуальная политическая энциклопедия. М. : Эксмо, 2009. 412 с. **12.** Осадчая И. М. Экономика. Толковый словарь. М. : Инфра-М, 2000. 356 с.

СУЧАСНИЙ СТАН І ПРОБЛЕМИ ФУНКЦІОНУВАННЯ КРЕДИТНИХ СПІЛОК В УКРАЇНІ

УДК 336.77

Петренко Ю. О.

Студент 3 курсу
фінансового факультету ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Досліджено роль і місце кредитних спілок у структурі ринку фінансових послуг України. Визначено основні тенденції, стан та особливості розвитку цих суб'єктів ринку фінансових послуг. Конкретизовано базові характеристики діяльності кредитних спілок в Україні. Запропоновано заходи, реалізація яких сприятиме підвищенню результативності діяльності кредитних спілок.*

© Петренкл Ю. О., 2018

Ключові слова: *фінанси, кредит, фінансові послуги, фінансовий ринок, фінансові установи, кредитний ринок, кредитні спілки.*

Аннотация. *Исследованы роль и место кредитных союзов в структуре рынка финансовых услуг Украины. Определены основные тенденции, состояние и особенности развития этих субъектов рынка финансовых услуг. Конкретизированы базовые характеристики деятельности кредитных союзов в Украине. Предложены мероприятия, реализация которых будет способствовать повышению результативности деятельности кредитных союзов.*

Ключевые слова: *финансы, кредит, финансовые услуги, финансовый рынок, финансовые учреждения, кредитный рынок, кредитные союзы.*

Annotation. *The role and place of credit unions in the structure of the financial services market of Ukraine are investigated. The main trends, the state and features of the development of these subjects of the financial services market are determined. The basic characteristics of the activities of credit unions in Ukraine are specified. The proposed activities, the implementation of which will help improve the performance of credit unions.*

Keywords: *finance, credit, financial services, financial market, financial institutions, credit market, credit unions.*

Покращення економічної ситуації в Україні залежить від впливу багатьох факторів, зокрема від політики держави, внеску фінансових посередників, їх спроможності стабілізувати фінансові ресурси для інвестування реального сектора. Кредитна спілка як небанківська фінансово-кредитна установа відіграє важливу роль у підтриманні споживчих можливостей населення. Саме ефективна діяльність кредитних спілок на ринку фінансових послуг може забезпечити стабілізацію соціально-економічного стану країни, чим і зумовлено актуальність обраної теми.

Особливості функціонування кредитних спілок досліджували чимало вітчизняних економістів, серед них Іваненко О. І., Кравець В. І., Матвієнко П. В. та ін. Автори наводять порівняльну характеристику особливостей функціонування комерційних банків і кредитних спілок на вітчизняному фінансовому ринку, виділяють проблеми, пропонують шляхи підвищення ефективності функціонування кредитних спілок, аналізують діяльність кредитних спілок та їх роль на фінансовому ринку України. Однак, незважаючи на наявність численних теоретичних розробок, недостатньо дослідженим залишається питання особливостей функціонування кредитних спілок і перспектив їх подальшого розвитку.

Згідно із Законом України «Про кредитні спілки» кредитною спілкою є неприбуткова організація, заснована фізичними особами, професійними спілками, їх об'єднаннями на кооперативних засадах задля задоволення потреб її членів у взаємному кредитуванні та надання фінансових послуг за рахунок об'єднаних грошових внесків членів кредитної спілки [4].

Кредитна спілка створюється і функціонує на базі певного монолітного об'єднання людей відповідно до їх інтересів, спільної діяльності або компактного місця проживання. Завдяки кредитним спілкам особи, кооперуючи свої зусилля, ідеї та кошти, можуть отримати необхідні послуги значно дешевше, ніж якщо б кожний із них намагався діяти самостійно. Єдиним завданням кредитної спілки є надання найдешевшої послуги її членам за рахунок акумульованих ними ж фінансових ресурсів.

Для кредитної спілки характерною є вузька спеціалізація щодо можливих напрямів використання заощаджених фінансових ресурсів. Наслідком цього є неприбутковість кредитних спілок, діяльність яких спрямована не на отримання прибутку, а на надання кредитних та ощадних послуг тільки її учасникам. Отримані в результаті надання позичок кошти становлять дохід кредитних спілок, який і спрямовується на формування фондів і нарахування відсотків відповідно до сум внесків її членів.

Станом на 31 грудня 2017 р. у Державному реєстрі фінансових установ налічувалося 478 кредитні установи, у тому числі 449 кредитних спілок і 29 юридичних осіб публічного права. Кількість зареєстрованих кредитних спілок, які акумулювали вільні грошові кошти і надавали їх у позику, тобто функціонували на кредитному ринку у 2015–2017 рр., подано в табл. 1 [6].

Бачимо (табл. 1), що станом на 31 грудня 2017 р. кількість кредитних спілок становила 449, це на 76,23 % менше, ніж у 2015 р., тобто їх кількість скоротилася. Результати діяльності та динаміку основних показників функціонування кредитних спілок подано в табл. 2 [6].

Бачимо (табл. 2), що загалом система кредитної кооперації, загальні активи якої перевищують 2 млрд грн, об'єднує понад 449 тисяч громадян України. Однак, за аналізований період спостерігається зменшення кількості членів ринку на 8,3 % (з 23,1 до 25,2 тисяч осіб). Зменшення кількості членів є наслідком прийняття загальними зборами частини спілок рішення про вилучення зі спілок осіб, які порушили статут кредитної спілки в частині невнесення обов'язкових внесків до капіталу кредитних спілок [4].

Таблиця 1

Кількість кредитних установ у Державному реєстрі фінансових установ, 2015–2017 рр.

Показник	Станом на 31.12.2015	Станом на 31.12.2016	Станом на 31.12.2017	Темпи приросту, %
				2017 / 2015
Кількість кредитних установ, усього	712	724	478	67,13
у тому числі кредитних спілок	589	577	449	76,23

Таблиця 2

Динаміка основних показників діяльності кредитних спілок

Показник	Станом на 31.12.2015	Станом на 31.12.2016	Станом на 31.12.2017	Темпи приросту, %	
				2016/2015	2017/2016
Кількість зареєстрованих кредитних спілок	589	577	449	-2	-22,2
Кількість членів кредитних спілок, тис. осіб	826	722,8	639,8	-12,5	-11,5
Кількість членів кредитних спілок, які мають внески на депозитних рахунках, тис. осіб	28,4	25,2	23,1	-11,3	-8,3
Кількість членів кредитних спілок, які мають діючі кредитні договори, тис. осіб	177,9	157,9	147,9	-11,2	-6,3
Загальні активи, млн грн	2 209,60	2 079,20	2 086,70	-5,9	0,4
Капітал, млн грн	966,5	1 109,30	1 072,10	14,8	-3,4
Кредити, надані членам кредитних спілок (залишок на кінець періоду), млн грн	1 968,60	1 783,40	1 832,00	-9,4	2,7
Внески членів кредитних спілок на депозитні рахунки (залишок на кінець періоду), млн грн	968,6	809,6	858,5	-16,4	6

Обсяг кредитування кредитних спілок України у 2017 р. залишився на рівні попереднього року. Середній кредит, наданий одному члену, перевищив 6,4 тис. грн. У 2017 р. кредитний портфель кредитних спілок України зріс на 2,75 % (з 1783,4 до 1832 млн грн) [6].

Найпопулярнішими на ринку є кредити, надані на споживчі потреби: придбання техніки для дому, оплату навчання, лікування й інші соціальні потреби; їх частка перевищує 64 % наданих кредитів. Депозитний портфель кредитних спілок України з початку 2013 р. зріс на 6,4 % і досяг 858,5 млн грн [1].

Лідерами за розмірами активів є кредитні спілки м. Києва та Київської області (413,3 млн грн), Харківської (210,6 млн грн), Херсонської (204,4 млн грн), Івано-Франківської (175,4 млн грн) та Львівської областей (174,8 млн грн) [1].

Ринок фінансових послуг відіграє важливу роль у економіці нашої держави. Належне функціонування ринку фінансових послуг і виконання основних його функцій відбувається на основі діяльності фінансових посередників, серед яких важливе місце посідають небанківські фінансові установи. Кредитні спілки належать до розряду небанківських фінансових установ. Вони здійснюють свою діяльність на умовах самофінансування та неприбутковості [2]. Про зростання важливості таких кредитних установ серед інших посередників фінансового ринку свідчать результати дослідження показників діяльності кредитних спілок. За даними Державного реєстру, кредитні спілки мають найбільшу частку у загальній структурі небанківських фінансових установ. Саме тому держава зобов'язана допомогти системі кредитних спілок подолати тимчасові фінансові негаразди, спричинені загальною фінансовою кризою.

Таким чином, щоб кредитні спілки України змогли посісти належне місце серед суб'єктів фінансового ринку та повною мірою задовольняли потреби населення у фінансових послугах, необхідно створити відповідну законодавчу базу для їх діяльності. За такої умови кредитні спілки зможуть стати повноправними суб'єктами фінансового ринку. Зауважимо, що розвиток кредитних спілок як громадських організацій залежить передусім від громадян нашої країни, від того, наскільки швидко вони переконаються у доцільності та ефективності розвитку цих структур в Україні. Отже, розглядаючи сучасні глобальні проблеми соціально-економічних перетворень у країні, важливо зважати і на проблеми локальні.

Науковий керівник – канд. екон. наук, викладач Давиденко Д. О.

Література: 1. Іваненко О. І. Статистична оцінка діяльності кредитних спілок в Україні в регіональному розрізі. *Вісник Київського національного університету ім. Т. Шевченка.* 2014. № 157. С. 44–47. **2.** Кравець В. І. Інституційні особливості функціонування комерційних банків та кредитних спілок на фінансовому ринку України. *Науковий вісник Херсонського державного університету.* 2013. № 2. С. 89–96. **3.** Матвієнко П. В. Розвиток грошово-кредитних відносин у траноформаційній економіці України. Київ : Наукова думка, 2004. 258 с. **4.** Про кредитні спілки : Закон України від 20.12.2001 № 2908-III // База даних «Законодавство України» / Верховна Рада України. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2908-14/ed20011220. **5.** Панкратова О. М. Проблеми та перспективи розвитку кредитних спілок в Україні. *Вісник Національного технічного університету «ХПІ».* 2014. № 34. С. 103–109. **6.** Статистична інформація // Офіційний сайт Державної служби статистики України. URL: http://www.ukrstat.gov.ua.

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ГАРАНТУВАННЯ ФІНАНСОВОЇ БЕЗПЕКИ БАНКУ

УДК 336.71:005.934

Плахотник М. В.

Студент 2 курсу
фінансового факультету ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Обґрунтовано, що фінансова безпека банку передбачає реалізацію системи заходів гарантування його фінансової безпеки. Розглянуто внутрішні та зовнішні загрози, які можуть становити небезпеку для реалізації інтересів і цілей банковської установи, усвідомлення яких дозволяє сформувати надійну систему гарантування фінансової безпеки банку. На підставі аналізу, узагальнення й систематизації різних підходів до тлумачення сутності поняття фінансової безпеки банку сформовано власне поглиблене й уточнене визначення.*

Ключові слова: *банк, банківська установа, банківська система, безпека банку, фінансова безпека банку, принципи гарантування фінансової безпеки банку, зовнішні загрози фінансовій безпеці банку, внутрішні загрози фінансовій безпеці банку.*

Аннотация. *Обосновано, что финансовая безопасность банка предусматривает реализацию системы мер гарантирования его финансовой безопасности. Рассмотрены внутренние и внешние угрозы, которые могут представлять опасность для реализации интересов и целей банковского учреждения, осознание которых позволяет сформировать надежную систему гарантирования финансовой безопасности банка. На основании анализа, обобщения и систематизации различных подходов к толкованию сущности понятия финансовой безопасности банка сформировано собственное углубленное и уточненное определение.*

Ключевые слова: *банк, банковское учреждение, банковская система, безопасность банка, финансовая безопасность банка, принципы гарантирования финансовой безопасности банка, внешние угрозы финансовой безопасности банка, внутренние угрозы финансовой безопасности банка.*

Annotation. *It is substantiated that the financial security of the bank provides for the implementation of a system of measures to guarantee its financial security. Internal and external threats that may pose a danger to the realization of the interests and goals of the banking institution, whose awareness allows us to form a reliable system for guaranteeing the financial security of a bank, are considered. Based on the analysis, synthesis and systematization of various approaches to the interpretation of the essence of the concept of financial security of the bank, an in-depth and more precise definition has been formed.*

© Плахотник М. В., 2018

Keywords: *bank, banking institution, banking system, bank security, financial security of a bank, principles of financial security of a bank, external threats to the financial security of a bank, internal threats to the financial security of a bank.*

Проблема гарантування фінансової безпеки банку є відносно новим напрямом наукових досліджень української спільноти. Актуальність цього питання є зумовленою необхідністю реалізації національних інтересів щодо створення конкурентоспроможної соціально орієнтованої ринкової економіки та забезпечення постійного зростання рівня життя та добробуту населення [8].

Важлива роль у цьому процесі належить саме банківському сектору, за допомогою якого здійснюється розподіл і перерозподіл грошових потоків та їх концентрація у пріоритетних галузях економіки; запобігання відпливу капіталів за кордон; забезпечення стабільності національної грошової одиниці; проведення виваженої політики внутрішніх і зовнішніх запозичень.

Дослідженням проблем гарантування фінансової безпеки банківських установ займалися і займаються чимало науковців, серед них Шумпетер Й., Гамза В., Ткачук І., Барановський О., Болгар Т., Єпіфанов А., Пластун О., Домбровський В., Ткаченко А., Хитрін О. та ін.

Метою написання статті є формування теоретичного базису гарантування фінансової безпеки банку, ознайомлення із сучасними проблемами та шляхами вирішення питання за умов структурних та інституціональних змін у економіці.

Формуванням економіки ринкового типу зумовлено потребу у створенні надійного банківського сектора, фінансово стійкого до впливу зовнішніх і внутрішніх загроз за умов посилення макроекономічної нестабільності.

Одним із напрямів вирішення цього завдання є розробка теоретичних положень забезпечення фінансової стійкості банків. У перекладі з грецької «безпека» означає «володіння ситуацією» [4]. В економічній літературі безпеку банку розглядають як стан стійкої життєдіяльності, за якого забезпечується реалізація мети банку й основних його інтересів, захист від внутрішніх і зовнішніх дестабілізуючих факторів незалежно від умов функціонування; властивість своєчасно й адекватно реагувати на всі негативні прояви внутрішнього й зовнішнього середовища банку; здатність протистояти різним посяганням на власність, діяльність та імідж банку, створювати ефективний захист від внутрішніх і зовнішніх загроз; стан захищеності банку від внутрішніх і зовнішніх загроз; систему заходів, які забезпечують захищеність інтересів власників, клієнтів, працівників і керівництва банку від зовнішніх і внутрішніх загроз [3].

Науковці виокремлюють такі види безпеки банку: економічну, фінансову, правову, кадрову (безпека персоналу), інформаційну, банківських операцій [1–3; 5; 7]. При цьому автори більшу увагу приділяють саме економічній безпеці банку, а фінансову безпеку розглядають фрагментарно, як складову економічної безпеки [1; 6; 8]. Підходи різних науковців до трактування сутності поняття «фінансова безпека банку» подано в табл. 1 [1–3; 5; 7; 9].

Таблиця 1

Підходи різних науковців до трактування сутності поняття «фінансова безпека банку»

Автор	Визначення
Барановський О. [1], Ткаченко А., Маменко К.	Фінансова безпека комерційного банку – це сукупність умов, за яких потенційно небезпечні для фінансового стану комерційного банку дії чи обставини попереджено чи зведено до такого рівня, за якого вони не здатні завдати шкоди встановленому порядку функціонування банку, збереженню й відтворенню його майна та інфраструктури і перешкодити досягненню банком статутних цілей; стан захищеності фінансових інтересів комерційного банку, його фінансової стійкості
Болгар Т. [2], Єпіфанов А. [5]	Фінансова безпека банку – це стан банківської установи, для якого характерними є збалансованість і стійкість до впливу зовнішніх і внутрішніх загроз, здатність досягати поставлених цілей і генерувати достатній обсяг фінансових ресурсів для забезпечення стійкого розвитку
Голобородько Ю. [3]	Фінансова безпека банківської установи – її стан, для якого характерними є оптимальний рівень залучення й розміщення ресурсів за мінімізації загроз і негативних явищ, здатність банку до саморозвитку, підвищення ефективності та посилення конкурентоспроможності
Побережний С. [7]	Фінансова безпека банку – це важлива складова фінансової, а тому і національної безпеки, такий стан банківської установи, для якого характерними є збалансованість і стійкість до впливу зовнішніх і внутрішніх загроз, здатність досягати поставлених цілей і генерувати достатній обсяг фінансових ресурсів для забезпечення стійкого розвитку
Хитрін О. [9]	Фінансова безпека банку – це динамічний стан, за якому він юридично і технічно спроможний виконувати і реально виконує властиві йому функції; забезпечує стійкий захист життєво важливих соціально-економічних інтересів громадян, суб'єктів господарювання, суспільства та держави від негативного впливу внутрішніх і зовнішніх загроз; має потенціал як для кількісного, так і для якісного зростання, а також має у своєму розпорядженні механізми для реалізації цього потенціалу

Бачимо (табл. 1), що деякі науковці пов'язують фінансову безпеку із фінансовою стійкістю та стабільністю, інші – зі ступенем ефективності фінансово-економічної діяльності, рівнем достатності власного капіталу, ступенем захищеності інтересів громадян, суб'єктів господарювання, суспільства та держави, рівнем стійкості до зовнішніх і внутрішніх ризиків [1–3; 5; 7; 9].

На підставі аналізу, узагальнення й систематизації підходів науковців визначатимемо фінансову безпеку банку як такий стан банку (банківської системи в цілому), для якого характерними є здатність протистояти ймовірним зовнішнім і внутрішнім загрозам банківської діяльності для забезпечення нормального функціонування та розвитку за умов дестабілізуючого впливу оточуючого середовища; захищеність фінансових інтересів зацікавлених сторін (власників, клієнтів, працівників, керівництва, держави). Основною метою гарантування безпеки банку є забезпечення конкурентоспроможності як окремого банку, так і банківської системи в цілому на ринку банківських послуг, недопущення можливості отримання збитків або втрати частини прибутків унаслідок реалізації внутрішніх і зовнішніх загроз.

На сьогодні немає єдиного підходу до визначення загроз фінансовій безпеці банку, більшість науковців пропонують власні класифікації (Барановський О., Єрмошенко А., Зубок М., Коваленко В., Побережний С., Шурпаков В., Хитрін О. та ін.). Вважаємо найбільш вдалим розподіл загроз на зовнішні (з боку клієнтів, партнерів, конкурентів, держави тощо) та внутрішні (з боку власників, адміністрації, менеджерів підрозділів, спеціалістів, неформальних груп та ін.).

Аналіз і систематизація економічної літератури дали змогу визначити найхарактерніші загрози фінансовій безпеці банку. Так, внутрішніми загрозами є недосконалість організації системи фінансового менеджменту в банку; неефективність проведення основних банківських операцій; недотримання банком показників ліквідності; зловживання та некомпетентність службовців банку (шахрайство у сфері бухгалтерського обліку, фальсифікація витрат, привласнення доходів тощо); слабкість маркетингової політики банку; неефективна система фінансового моніторингу в банку; наявність каналів витоку інформації; низький рівень капіталізації банків; низький рівень залучення іноземної валюти та готівки у національній валюті, що знаходиться у населення [1–3; 5–9].

Зовнішніми загрозами є несприятливі макроекономічні умови, ринкові ризики та глобальні банківські кризи; відсутність стабільності податкової, кредитної та страхової політики; низький рівень довіри до банків; конкуренція у банківському середовищі; недостатня фінансова стійкість банківського сектора; недосконалість банківського нагляду та регулювання; високий ступінь залежності банків від зовнішніх джерел фінансування; значні коливання курсу національної валюти щодо інших валют (інфляція, дефляція); відкритість (доступність) міжбанківського ринку; волатильність цін на енергоресурси; політична та геополітична нестабільність; негативні зміни процентних ставок; високий рівень проблемності активів; можливість знецінення майна, що перебуває як забезпечення за кредитними операціями банків (зокрема, через падіння цін на ринку нерухомості, кризу окремих галузей економіки тощо); участь банківської системи у тіньовій діяльності та її криміналізація; недостатнє законодавче регулювання банківської діяльності; недостатній контроль за діяльністю комерційних банків з боку Національного банку України [5; 7].

Таким чином, за умов посилення макроекономічної нестабільності, зростання зовнішніх і внутрішніх загроз фінансова безпека банку є важливим інструментом реалізації його інтересів і пріоритетних цілей, нарощування фінансового потенціалу для кількісного та якісного зростання, зміцнення позицій на ринку банківських послуг, забезпечення нормального функціонування та сталого розвитку. Усвідомлення сутності поняття «фінансова безпека банку» дозволяє комплексно та системно визначити й описати загальні вимоги до самозахисту, саморозвитку та самозбереження вітчизняного банківського сектора за умов глибоких структурних економічних перетворень у світі. Усвідомлення внутрішніх і зовнішніх загроз дає змогу сформувати надійну систему забезпечення фінансової безпеки банку, що є спрямованою на виконання. При цьому система фінансової безпеки банку має перебувати у постійному розвитку, адаптуватися до змін зовнішнього та внутрішнього середовища для підвищення конкурентоспроможності вітчизняного банківського сектора, стійкість і стабільність роботи якого визначають фінансову рівновагу в країні, забезпечують перехід до інноваційної моделі зростання національної економіки.

Науковий керівник – д-р екон. наук, професор Внукова Н. М.

Література: 1. Барановський О. І. Банківська безпека: проблема виміру. *Економіка і прогнозування.* 2006. № 1. С. 7–32. **2.** Болгар Т. М. Фінансова безпека банків в умовах ринкової трансформації економіки України : автореф. дис. … канд. екон. наук : 08.00.08. Суми : ДВНЗ «УАБС НБУ», 2009. 21 с. **3.** Голобородько Ю. О. Теоретичні підходи до розкриття сутності та складових фінансової безпеки банківських установ. *Науковий вісник НЛТУ України.* 2012. № 22. С. 194–198. **4.** Енциклопедія банківської справи України / В. С. Стельмах (голова ред. кол.). Київ : Молодь ; Ін Юре, 2001. 680 с. **5.** Єпіфанов А. О., Пластун О. Л., Домбровський В. С. Фінансова безпека підприємств і банківських установ : монографія / за заг. ред. А. О. Єпіфанова. Суми : ДВНЗ «УАБС НБУ», 2009. 296 с.

6. Єрмошенко А. М. Визначення поняття фінансової безпеки страховика та її категорій. *Актуальні проблеми економіки.* 2004. № 4. С. 46–51. **7.** Побережний С. М., Пластун О. Л., Болгар Т. М. Фінансова безпека банківської діяльності : навч. посіб. Суми : ДВНЗ «УАБС НБУ», 2010. 112 с. **8.** Про основи національної безпеки України : Закон України від 19.06.2003 № 964-IV // База даних «Законодавство України» / Верховна Рада України. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/964-15/ed20030619. **9.** Хитрін О. І. Фінансова безпека комерційних банків. *Фінанси України.* 2004. № 11. С. 118–124.

ECONOMIC SECURITY IN THE ERA OF GLOBALIZATION

UDC 336

A. Podolskaya

The 1-st year student
of the Faculty of Management and Marketing of KhNEU S. Kuznets

Annotation. *The influence of the globalization of the world economy on the economic security of Ukraine is analyzed. The features of economic relations between states, the general nature of relations between them and the establishment of economic security, the concept of which in modern conditions cannot be neglected, are considered.*

Keywords: *state, politics, economics, security, globalization, globalization of the world economy, economic security of the country.*

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: *держава, політика, безпека, економіка, глобалізація.*

Аннотация. *Проанализировано влияние глобализации мировой экономики на экономическую безопасность Украины. Рассмотрены особенности экономических отношений между государствами, общий характер отношений между ними и установление экономической безопасности, концепцией которой в современных условиях нельзя пренебрегать..*

Ключевые слова: *государство, политика, экономика, безопасность, глобализация, глобализация мировой экономики, экономическая безопасность страны.*

The discussion suggests that aside from economic power, which state elites may be intent on securing in the presence of inter-state power political competition, there are three additional core economic values that states and communities should aim to secure in a world characterized by globalization, namely streams of income and consumption necessary for basic human/family needs, market integrity and distributive equity. Based on insights from the disciplines of IPE, Development Economics and Economic Sociology, these three values constitute an alternative conception of economic security, one that is able to accommodate the realities of global capitalism, and the distributional conflicts and insecurities it may produce within and across states.

In this alternative formulation, economic security clearly encompasses a micro and a macro component. The former, centered on the individual as the referent of security, converges with the notion of human security, with economic security aiming for a secure stream of income for individuals as well as access to a level of consumption that provides for basic human/family needs. The macro component is directed at securing the integrity or robustness of the market to generate growth and welfare in society. This may be achieved by ensuring that the necessary market institutions exist, including a system of secure property rights and contracts that allow fair access to individuals to exploit economic opportunities [4].

© A. Podolskaya, 2018

The utility of such an open-ended or eclectic approach to conceptualizing economic security is supported by recent empirical case studies of selected East Asian states, to be discussed in the next section. The different cases studied reveal a range of economic security preoccupations in different countries depending on the stage of development, the nature of domestic state-society relationships, and the external strategic environment.

Does the increasing attention paid to poor and marginalized groups and individuals in East Asia suggest that comprehensive security approaches that have long prevailed in this region are giving over to society-centred approaches? In the former, the primary referent of security is the state. More specifically, it is the security of the prevailing regime or political system and survival of the incumbent government and its elite allies that is ultimately paramount. Comprehensive security approaches explicitly link the economy directly to security by emphasizing the crucial role of domestic socioeconomic development as a means to a materially satisfied citizenry who would then be less vulnerable to internal and external subversion. Economic security has, therefore, long been a key component of security practice in East Asia, helping to legitimate and secure domestic regimes [3].

While political leaders may be paying greater attention to addressing the interests, needs and fears of citizens, as a number of recent country studies reveal, it is unclear to what extent this signals a deep normative shift towards human-centered security thinking and practice.

Although the idea of comprehensive security, especially as practiced in Southeast Asia, goes beyond neorealist conceptions of security by acknowledging domestic sources of threats from non-military issue areas, this approach nevertheless reifies the state (or regime) as the main security referent and the main provider of security, especially through economic development. An emphasis on economic development does not necessarily mean that insecurities for groups and individuals within society are automatically reduced.

Human security, more precisely, encompasses protection from sudden and hurtful disruptions in the patterns of daily life –whether in homes, jobs or in communities and safety from chronic threats such as hunger, disease and repression [2].

Although economic security is clearly considered one of the means to attain human security in the UNDP approach, some scholars point out that conceptually the two may be contradictory. The inverse relationship posited between human and economic security by some scholars depends, however, on the kind of economic model employed to infer these relationships [4].

However, IPE and Economic Sociology offer us a somewhat different reading of the market economy, and consequently, of the relationship between economic and human security. The point that economic actors (that is, firms) are dependent on the stability of wider social arrangements to remain competitive and make profits suggests that the relationship between economic security and human security can be mutually reinforcing.

That markets require stable social arrangements in order to function properly does not, however, tell us how much stability is necessary. For Buzan, the danger of the idea of economic security, of securitizing the macroeconomy, is that firms could end up being made the referent objects of security to be secured even from «normal» market competition instrumentally posed as an existential threat to economic survival, in effect rationalizing protectionism.

We can avoid potential misuse of the concept of economic security and address the question of how much stability is important in markets by taking guidance from the second element of the UNDP definition of human security – of protection from sudden and hurtful disruptions in economic life. This involves making a distinction between normal market risks and adverse market outcomes such as the cyclical decline of particular firms and economic sectors on the one hand, and sudden or even sustained economic disruptions that extend across the economy on the other hand that markedly increase uncertainty [1; 3].

The idea that distributive equity is important in securing the market economy comes from a range of sources. Adam Smith, in his Theory of the Moral Sentiments, emphasized the importance of equity in society as the minimum quality necessary before the free market economy, as outlined in Wealth of Nations, is able to work as envisaged. Development economists have long pointed to the importance of distribution – to attain some minimal equity in assets and incomes – as key to sustaining growth, and therefore, of providing for human welfare. The growing consensus within the economics profession is that countries with an initial condition of relatively equitable distribution of assets and income tend to grow faster than countries with high initial inequality. Moreover, redistributive growth strategies have been shown to be far superior in reducing poverty and inequality compared to the distribution-neutral growth strategies that have been a feature of development policy since the 1990s.

In a globalized world with an increasing number of players on the international scene (states, multinationals and various international organizations) and a growing interdependence, the economic security is no longer an issue that concerns the internal state policy only. To a certain extent, economic security became a factor of stability or instability regarding political-military conflicts. As a result, the economic dimension gained an increasing role in the political matters leading to changes with respect to resolution methods, from reactive to preventive ones [4].

Significant changes on the international scene, the intensification of globalization, the increase of economic interdependencies, technological development and the IT revolution led to a widening of the concept of economic security. The integration and interdependencies of global economy, product and capital flows and the multitude of channels that convey economic crises, socio-economic aspects and implications of the economic sector regarding welfare, security and development of societies establish the dimensions of the concept of economic security.

The process of globalization contributed to a change on the concept of economic security, not only that we have a wider and more complex approach with an increased number of involved actors but also a reconsideration of the threats [3].

Last but not the least, the importance of economic security is given by the implications that the economic component has in the process that ensures the national security, as a generator factor and constraint element with respect to its achievement. In this context, economic security became an important, dynamic and complex concept, that needs to face the challenges of the new international environment, although, the idea of economic security remains one full of contradictions and paradoxes.

Supervisor – teacher Gontarenko I. S.

Literature: 1. ILO Socio-Economic Security Programme. URL: https://www.ilo.org/public/english/protection/ses/download/docs/happiness.pdf. **2.** Andruseac G. Economic Security – New Approaches In The Context Of Globalization. URL: https://ideas.repec.org/a/jes/wpaper/y2015v7i2p232-240.html. **3.** Kahler M. Economic security in an era of globalization: definition and provision. URL: https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/0951274042000326032. **4.** Nesadurai H. Conceptualising Economic Security in an Era of Globalisation: What Does the East Asian Experience Reveal? URL: https://www.researchgate.net/publication/259827552_Nesadurai_Helen_ES_2006_'Conceptualising_Economic_Security_in_an_Era_of_Globalisation_What_does_the_East_Asian_Experience.

КОМПЛЕКСНА ОЦІНКА ФІНАНСОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА ІЗ ЗАСТОСУВАННЯМ ІНСТРУМЕНТІВ СТРАТЕГІЧНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ

УДК 65.012.23

Поздняк Д. А.

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

Анотація. *Досліджено теоретичні та практичні аспекти застосування матриці фінансових стратегій Франшона–Романе. Із застосуванням цієї матриці проаналізовано стратегічний фінансовий стан ТОВ «Укрaгрозапчастина». Наведено рекомендації щодо формування оптимальної фінансової стратегії підприємства.*

Ключові слова: *підприємство, фінанси, фінансова стратегія, фінансова рівновага, фінансово-господарська діяльність, результат господарської діяльності, результат фінансової діяльності, результат фінансово-господарської діяльності, позиціонування, стратегічний менеджмент, матриця фінансових стратегій Франшона–Романе.*

© Поздняк Д. А., 2018

Аннотация. *Исследованы теоретические и практические аспекты применения матрицы финансовых стратегий Франшона–Романе. С использованием этой матрицы проанализировано стратегическое финансовое состояние ООО «Укрaгрозапчасть». Приведены рекомендации по формированию оптимальной финансовой стратегии предприятия.*

Ключевые слова: *предприятие, финансы, финансовая стратегия, финансовое равновесие, финансово-хозяйственная деятельность, результат хозяйственной деятельности, результат финансовой деятельности, результат финансово-хозяйственной деятельности, позиционирование, стратегический менеджмент, матрица финансовых стратегий Франшона–Романе.*

Annotation. *Theoretical and practical aspects of the application of the matrix of financial strategies of the Franchona–Romane are investigated. Using this matrix, the strategic financial condition of «Ukragrozapchast» LLC was analyzed. The recommendations on the formation of the optimal financial strategy of the enterprise.*

Keywords: *enterprise, finance, financial strategy, financial equilibrium, financial and economic activity, result of economic activity, result of financial activity, result of financial and economic activity, positioning, strategic management, Franchona–Romane matrix of financial strategies.*

Основною метою діяльності підприємства є максимізація його ринкової вартості та підвищення рівня добробуту власників. 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 й використання фінансових ресурсів за зміни умов зовнішнього середовища.

Питання розробки та реалізації фінансової стратегії підприємства висвітлено у працях зарубіжних і вітчизняних науковців, серед них Портер М., Ансофф І., Бланк І., Семенов А., Ястремська О., Гриньов А. Ткачук І. 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 визначення стадії фінансового розвитку підприємства оптової та роздрібної галузі на підставі використання інструментів стратегічного менеджменту.

Для визначення стратегічних фінансових цілей подальшого розвитку суб'єкта господарювання необхідно визначитися зі стратегічним позиціонуванням суб'єкта господарювання в динаміці. *Для* цього можна використати матрицю фінансових стратегій Франшона–Романе, моделі Бостонской консалтингової групи, методику Бланка І. та ін.

Для визначення позиції підприємства у матриці фінансових стратегій Франшона–Романе необхідно обчислити ключові показники: результат господарської діяльності, результат фінансової діяльності та результат фінансово-господарської діяльності.

Результат господарської діяльності (РГД) є сумою коштів, яка 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 господарської діяльності розраховують за формулою:

$$РГД = БРЕІ – ΔФЕП – ΔОФ + ІД, \quad (1)$$

де *БРЕІ* – брутто-результат від експлуатації інвестицій;

ΔФЕП – зміна фінансово-експлуатаційних потреб;

ΔОФ – зміна первісної вартості основних фондів за звітний період;

ІД – інші доходи [8].

Для побудови матриці використовуватимемо фінансову звітність ПАТ «Укрaгрозапчастина» за 2014–2016 рр. Результати розрахунку показника результату господарської діяльності подано в табл. 1 [8].

Показник результату фінансової діяльності відображає фінансову політику підприємства: у разі залучення позикових коштів результат фінансової діяльності має додатні значення, без залучення позикових засобів – від'ємне [5].

Результат фінансової діяльності розраховують за формулою (2):

$$РФД = ΔПК – Вф – ПП – Д + Дук – Вук – ФІд + Дф, \quad (2)$$

де *ΔПК* – зміна позикового капіталу за звітний період;

Таблиця 1

Розрахунок показника результату господарської діяльності ПАТ «Укрaгрозапчастина», 2014–2016 рр.

Показник	Умовні позначення	2014	2015	2016
1. Додана вартість	*ДВ*	3728905,5	4325052,5	2884588
1.1. Вартість виробленої продукції	*ТП*	2361202	2800058	1660875
1.2. Запаси готової продукції	*ГПср*	21961	32852	30937,5
1.3. Незавершене виробництво	*НЗВср*	328309,5	217194,5	173261,5
1.4. Вартість спожитих матеріальних засобів виробництва	*МВ*	1017433	1274948	1019514
2. Брутто-результат від експлуатації інвестицій	*БРЕІ*	1749685,16	2242505,66	1185315,1
2.1. Податок на додану вартість	*ПДВ*	310904,833	316212,33	256505,33
2.2. Витрати на оплату праці	*ВП*	322573	274192	249992
2. 3. Обов'язкові платежі, що є пов'язаними з оплатою праці	*ОП*	1017433	1274948	1019514
2.4. Усі податки та податкові платежі, крім податку на прибуток	*П*	123256	102952	60520
3. Зміна величини фінансово-експлуатаційних потреб	*Δ ФЕП*	436334	197709	73446
3.1. Матеріальні запаси на початок періоду	*Започ.*	589615	436468	378106
3.2 Матеріальні запаси на кінець періоду	*Запкін.*	438021	378106	338049
3.3. Дебіторська заборгованість підприємства на початок періоду	*ДЗпоч*	181783	429340	472765
3.4. Дебіторська заборгованість підприємства на кінець періоду	*ДЗкін*	430669	494442	535627
3.5. Кредиторська заборгованість підприємства на початок періоду	*КРпоч*	938873	597031	425361
3.6. Кредиторська заборгованість підприємства на кінець періоду	*КРкін*	599831	406062	374720
3.7. ФЕП на початок періоду	$ФЕП_1$	–167475	268777	425510
3.8. ФЕП на кінець періоду	$ФЕП_2$	268859	466486	498956
4. Виробничі інвестиції	*ВІ*	699606	5287	9869
5. Звичайні продажі майна	*ПМ*	5004	5370	1939
Результат господарської діяльності	*РГД*	608741,16	2034139,66	1100061,1

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 [8].

Результат фінансово-господарської діяльності (РФГД) обчислюють як суму результатів господарської та фінансової діяльності підприємства. Отримані результати розрахунків результату фінансової та фінансово-господарської діяльності подано в табл. 2 [8].

Таблиця 2

Розрахунок показника результату фінансової та фінансово-господарської діяльності, тис. грн

Показник	Умовні позначення	2014	2015	2016
1	**2**	**3**	**4**	**5**
1. Зміна позикових коштів підприємства	*ПК*	221782	221782	35794
1.1. Позикові кошти підприємства на початок періоду	*ПКп*	240000	379214	600996
1.2. Позикові кошти підприємства на кінець періоду	*ПКк*	379214	600996	636790
2. Відсотки банку	*ВБ*	–37544	–63951	–73640
3. Податок на прибуток	*ПП*	–8170	–437	1762
4. Виплачені дивіденди	*ВД*	0	0	0
5. Суми, отримані від емісії акцій	*ЕА*	0	0	0

Закінчення табл. 2

1	2	3	4	5
6. Кошти, вкладені у статутні фонди інших підприємств	СФ	–572	–207	–115062
7. Довгострокові фінансові вкладення	ДФ сер.	0	11483	9186
8. Відрахування, отримані від прибутку заснованих підприємств, і доходи від інших довгострокових фінансових вкладень	ОПУ	5775	8934	47466

На підставі розрахованих значень ключових показників здійснимо позиціонування ТОВ «Украгрозапчастина» у матриці фінансових стратегій. За умовний «0» беремо 10 % від доданої вартості підприємства. Результати розрахунків подано в табл. 3 [8].

Таблиця 3

Матриця фінансових стратегій Франшона–Романе

Показники	*РФД* < 0	*РФД* → 0	*РФД* > 0
РГД > 0	1. Батько сімейства *РФГД* → 0	4. Рантьє *РФГД* > 0	6. Холдинг *РФГД* >> 0
РГД → 0	7. Епізодичний дефіцит *РФГД* < 0	2. Стійка рівновага *РФГД* → 0	5. Атака *РФГД* > 0
РГД < 0	9. Кризовий стан *РФГД* << 0	8. Дилема *РФГД* < 0	3. Хитка рівновага *РФГД* → 0

Параметри матриці фінансових стратегій Франшона–Романе на прикладі ТОВ «Украгрозапчастина» за 2014–2016 роках подано в табл. 4 [8].

Таблиця 4

Показники	**2014**	**2015**	**2016**
РГД	608741,16	2034139,66	1100061,16
РФД	273843	283828	261014
РФГД	334898,16	1750311,66	839047,16

Отже, можна побудувати матрицю фінансових стратегій Франшона–Романе для ТОВ «Украгрозапчастина» та визначити напрямки зміни показників у 2014–2016 рр. (рис. 1) [8].

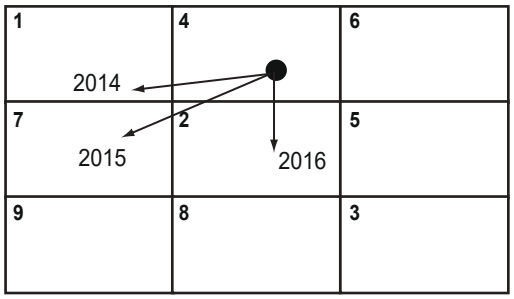


Рис. 1. **Матриця фінансових стратегій Франшона–Романе для ТОВ «Украгрозапчастина»**

Таким чином, ТОВ «Украгрозапчастина» у 2014–2016 рр. перебувало в квадранті 4 матриці Франшона–Романе, якому відповідає тип фінансової стратегії «Рантьє»: підприємство перебуває в зоні успіху, оскільки показник його господарсько-фінансової діяльності є додатним. Це було досягнуто завдяки значному обсягу доданої вартості та інших доходів, а також незначному обсягу фінансових витрат і зменшенню позикового капіталу, що забезпечило результат фінансової діяльності, близький до нуля. Для цього фінансового положення характерною є наявність достатньої кількості ресурсів для реалізації інвестиційних проектів і розвитку виробництва; можливий перехід до квадрантів 1; 2; 7.

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

Література: 1. Бланк И. А. Финансовая стратегия предприятия : учебный курс. Киев : Эльга ; Ника-Центр, 2004. 520 с. **2.** Іванюта С. М. Антикризове управління : навч. посіб. Київ : Центр навч. літ., 2007. 288 с. **3.** Портер М. Конкурентная стратегия. Методика анализа отраслей и конкурентов. М. : Альпина Бизнес Букс, 2005. 464 с. **4.** Ансофф И. Стратегическое управление. М. : Экономика, 1989. 358 с. **5.** Гриньов А. В., Ястремська О. М. Якість формування фінансової стратегії підприємства. *Фінанси України.* 2006. № 6. С. 121–128. **6.** Ткачук І. Г. Формування фінансової стратегії в системі управління підприємством. *Вісник ЖДТУ.* 2008. № 2. С. 301–304. **7.** Кравчук О. М., Лещук В. П. Фінансова діяльність суб'єктів підприємництва : навч. посіб. Київ : Центр навч. літ., 2010. 352 с. **8.** Семенов А. Г. Матриця фінансових стратегій. *Вісник економічної науки України.* 2008. № 2. С. 139–146.

АНАЛІЗ ВИКОРИСТАННЯ ФОНДІВ ЗАРОБІТНОЇ ПЛАТИ

УДК 33.021:331.2

Прогожук Є. А.

Студент 3 курсу
факультету консалтингу і міжнародного бізнесу ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Визначено економічну сутність заробітної плати. Розглянуто основні види фондів заробітної плати. Проаналізовано питання ефективності використання фонду заробітної плати. Конкретизовано особливості проведення аналізу фонду оплати праці.*

Ключові слова: *підприємство, організація, виробництво, персонал, заробітна плата, фонд заробітної плати, економічна ефективність.*

Аннотация. *Определена экономическая сущность заработной платы. Рассмотрены основные виды фондов заработной платы. Проанализированы вопросы эффективности использования фонда заработной платы. Конкретизированы особенности проведения анализа фонда оплаты труда.*

Ключевые слова: *предприятие, организация, производство, персонал, заработная плата, фонд заработной платы, экономическая эффективность.*

Annotation. *The economic essence of wages is determined. The main types of payroll funds are considered. Analyzed the effectiveness of the use of payroll. Specific features of the analysis of the payroll.*

Keywords: *enterprise, organization, production, personnel, wages, payroll, economic efficiency.*

Сучасні ринкові умови, що склалися в країні у результаті кардинальної трансформації всіх галузей виробництва, методів підходу до того чи іншого питання, значно змінили галузь оплати праці робітників. Це період зміни сутності поняття про заробітну плату від розподільної частки національного продукту до плати за використану роботу, що характеризує матеріальне джерело працівника. Соціально-економічне значення заробітної плати характеризує рівень та якість життя працівників та їх сімей, стимулює до високої результативності праці. Саме від стану заробітної плати та способу її використання залежить можливість реформації та розвитку економіки країни. Тому питання оплати праці та ефективності використання фонду заробітної плати на підприємстві і нині залишаються актуальними.

Дослідженням питань оплати праці, ефективності її використання займалися і займаються чимало науковців, серед них Крищенко К. В., Грабовецький Б. Є., Кожанова Є. П., Отенко І. П. та ін.

© Прогожук Є. А., 2018

Метою написання статті є аналіз ефективності використання фонду заробітної плати на підприємствах.

Для досягнення поставленої мети необхідно визначити сутність понять «заробітна плата» і «фонд заробітної плати», розглянути основні види фондів заробітної плати, а також деталізувати процес проведення аналізу фонду оплати праці.

Питання заробітної плати цікавить кожну людину, яка має трудові відносини у тій чи іншій сфері. Саме тому кожному необхідно знати теоретичні основи організації й аналізу заробітної плати. Задля кращого розуміння цієї теми слід розглянути основні поняття: «фонд оплати праці», «заробітна плата», «фонд заробітної плати».

Заробітна плата – це грошова винагорода працівника, що згідно із трудовим договором виплачується роботодавцем за виконану ним роботу, яка не може бути нижчою за встановлений законодавством мінімум [2].

Визначення всіх витрат на оплату праці є складним процесом, оскільки формується зі значної кількості елементів. Задля продуктивного аналізу важливо якісно висвітлити найсуттєвіші складові фонду оплати праці.

Фонд оплати праці (ФОП) – це основний економічний показник з оплати праці, широко використовуваний у господарській практиці, статистичній звітності, економічному аналізі [1].

Під час проведення аналізу слід брати до уваги номінальну (кошти, отримані за виконану роботу) та реальну (кількість товарів, які можна придбати за отримані кошти) заробітну плату.

Фонд заробітної плати – це загальна сума грошових коштів, що є необхідною для виплати заробітної плати управлінського персоналу та робітників підприємства за певний обсяг виконаної праці або виробленої продукції [5].

Для якісного планування та ефективного використання фонд заробітної плати розподіляють за певними ознаками. Основними видами фондів заробітної плати є :

– фонд основної заробітної плати призначений для грошових виплат робітникам за виконану роботу за відрядними розцінками, тарифними ставками, посадовими окладами, доплат за роботу у нічний час, у понаднормовий час;

– фонд додаткової заробітної плати призначений для виплати грошових надбавок і премій, оплати щорічних і додаткових відпусток, виплати винагород за громадську та державну працю;

– інші заохочувальні та компенсаційні виплати, крім тих, які законодавчо не належать до фонду оплати праці (наприклад допомога з тимчасової непрацездатності, вихідна допомога) [1].

Основним завданням аналізу фонду оплати праці є виявлення головних проблем щодо ефективності використання фонду. Аналіз проводять шляхом розрахунків основних показників і зіставляння звітних і планових витрат фонду заробітної плати, виявляючи значні відхилення фактичних витрат і причини їх виникнення. При аналізі коштів матеріального заохочення важливим є зіставлення за статтями фактичних витрат із затвердженими планом і перевірка їх відповідності цільовому призначенню, а також зіставлення з витратами попереднього періоду [4].

Важливе значення у процесі проведення аналізу фонду оплати праці має оцінка середньої заробітної плати, що характеризується відношенням фонду заробітної плати до чисельності працівників підприємства. При проведенні оцінювання середньої заробітної плати доцільно виокремити заробітну плату за категоріями працівників і певними її елементами (тариф, відрядний приробіток, премії, доплати), а також оцінювати відношення темпів зростання продуктивності праці та середньої заробітної плати. За умови, що темп зростання продуктивності праці значно перевищує темпи зростання середньої заробітної плати, можливе розширення діяльності організації або підвищення її ефективності. Значна зміна співвідношень між темпами зростання продуктивності праці та середньої заробітної плати може характеризувати економію чи перевитрату фонду оплати праці. Можна додати до розрахунків середньорічної (середньомісячної) плати середньоденну та середньогодинну заробітну плату персоналу [4].

Рівень заробітної плати залежить від багатьох факторів, передусім від продуктивності праці. Зростання обсягів виробництва продукції сприяє збільшенню фондів заробітної плати та матеріального заохочення, які є найголовнішим джерелом зростання заробітної плати на підприємстві та посилення мотивації працівників [1; 5].

Для впевненості, що зростання продуктивності є головним фактором впливу на рівень заробітної плати, необхідно розрахувати вплив різних факторів на зміну витрат на оплату праці. Це можна зробити із застосуванням факторного аналізу, що характеризує методику комплексного та системного вивчення, вимірювання дії факторів на величину результативних показників фонду оплати праці. Розрізняють такі види факторного аналізу: одноступінчастий і багатоступінчастий, прямий і зворотний, детермінований і стохастичний, динамічний і статистичний, а також перспективний і ретроспективний [1].

Для розширення результатів аналізу можна додати аналіз обґрунтованості застосовуваних у організації форм і систем оплати праці. Такий аналіз доцільніше проводити за окремими групами працівників і у розрізі структурних підрозділів.

Таким чином, на підставі розрахунків та аналізу можна зробити висновок, як використовувався фонд заробітної плати у звітному періоді; виявити фактори впливу на зміну середньої заробітної плати загалом і для конкретних категорій працівників; структурувати фонд оплати праці за складовими. Комплексний аналіз усіх показників заробітної плати дає змогу якісно оцінити ефективність праці на рівні підприємства та його структурних підрозділів, а також розробити заходи щодо вдосконалення управління працею.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Сапрун Г. Г.

Література: 1. Крищенко К. В. Удосконалення організаційно-економічного механізму управління оплатою праці. *Україна: аспекти праці.* 2009. № 6. С. 9–16. **2.** Про оплату праці : Закон України від 24.03.1995 № 108/95-ВР // База даних «Законодавство України» / Верховна Рада України. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/108/95-%D0%B2%D1%80/ed19950324. **3.** Про затвердження Інструкції зі статистики заробітної плати : Наказ Державного комітету статистики України від 13.01.2004 № 5 // База даних «Законодавство України» / Верховна Рада України. URL: http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/z0114-04. **4.** Грабовецький Б. Є. Економічний аналіз : навч. посіб. Вінниця : ВНТУ, 2013. 86 с. **5.** Кожанова Є. П. Економічний аналіз : навч. посіб. Харків : ВД «ІНЖЕК», 2009. 344 с.

СТРАТЕГІЧНИЙ АНАЛІЗ У СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ КРЕДИТНИМ РИЗИКОМ БАНКУ

УДК 658.15.005.21.624

Прошутя О. А.

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

Анотація. *Досліджено сутність стратегічного планування банку. Обґрунтовано доцільність застосування методів SWOT-аналізу та PEST-аналізу у процесі стратегічного планування. Проведено SWOT-аналіз і PEST-аналіз досліджуваного банку. Проаналізовано особливості впливу факторів зовнішнього та внутрішнього середовища. Визначено тактичні та стратегічні проблеми управління.*

Ключові слова: *банк, банківська установа, банківська система, фінанси, кредит, стратегія, стратегічне планування, кредитний ризик, SWOT-аналіз, PEST-аналіз.*

Аннотация. *Исследована сущность стратегического планирования банка. Обоснована целесообразность применения методов SWOT-анализа и PEST-анализа в процессе стратегического планирования. Проведены SWOT-анализ и PEST-анализ исследуемого банка. Проанализированы особенности влияния факторов внешней и внутренней среды. Определены тактические и стратегические проблемы управления.*

Ключевые слова: *банк, банковское учреждение, банковская система, финансы, кредит, стратегия, стратегическое планирование, кредитный риск, SWOT-анализ, PEST-анализ.*

Annotation. *The essence of strategic planning of the Bank is investigated. The expediency of application of methods of SWOT-analysis and PEST-analysis in the process of strategic planning is proved. SWOT-analysis and PEST-analysis of the studied Bank were carried out. The features of the influence of factors of external and internal environment are analyzed. Tactical and strategic problems of management are defined.*

Keywords: *bank, banking institution, banking system, finance, credit, strategy, strategic planning, credit risk, SWOT-analysis, PEST-analysis.*

© Прошутя О. А., 2018

Будь-яка організація, у тому числі і банк, діє за постійно змінюваних умов макросередовища, аналіз якого є початковим етапом формування стратегії діяльності підприємства. Метою аналізу ринку є отримання інформації про нові ринкові можливості, а також потенційні проблеми та загрози, із якими може зіткнутися банк.

Дослідженням питань стратегічного планування займалися і займаються чимало вітчизняних науковців, серед них Балабанова Л. В., Примостка Л. О., Мартиненко М. М., Гордієнко П. Л., Рясних Є. Г. та ін. Однак, нині кризове загострення змушує банки підходити до управління кредитними ризиками особливо ретельно. Тому діючі методичні підходи до стратегічного управління потребують розвитку й удосконалення, у зв'язку із чим звернення до наукового дослідження цього питання є необхідним і своєчасним, що й обумовлює актуальність обраної теми.

Метою написання статті є дослідження стратегічного управління банком із застосуванням методів SWOT-аналізу та PEST-аналізу.

Розробка стратегії управління кредитними ризиками банку здійснюється в стратегічному плануванні діяльності банку. Під плануванням розуміють визначення пріоритетів у подальшому розвитку банку на підставі аналітичного опрацювання інформації про стан і динаміку умов ринкового банківського середовища. Зауважимо, що процес планування не є звичайною послідовністю дій, стратегічне планування банку – це система передбачення майбутніх тенденцій, визначення мети, стратегії та політики щодо її досягнення

За допомогою SWOT-аналізу можна виявити і структурувати сильні та слабкі сторони, потенційні можливості та загрози діяльності банківської установи. Застосуємо SWOT-аналіз для ПАТ «А-Банк»:

– сильні сторони: постійний попит на банківські послуги, ефективно організована управлінська структура, активне використання інновацій, репутація надійного банку;

– слабкі сторони: високий рівень операційних ризиків, нестабільність програмних комплексів унаслідок роз'єднання з ПАТ КБ «Приватбанк», нерегулярність маркетингової діяльності;

– можливості: збільшення прибутку, посилення власної позиції на ринку банківських послуг, збільшення асортименту банківських послуг;

– загрози: періодичні зміни у законодавстві, нормативних вимогах Національного банку України, постійна поява нових сильних конкурентів на ринку банківських послуг, політична та економічна нестабільність у країні.

SWOT-аналіз – це процес установлення зв'язків між найхарактернішими для підприємства можливостями, загрозами, сильними сторонами (перевагами), слабкостями, результати якого в подальшому можуть бути використані для формулювання та вибору стратегій підприємства [3]. Його проводять для дослідження підприємства як системи господарювання у певному ринковому середовищі. SWOT-аналіз є своєрідним інструментом: він не містить остаточної інформації для прийняття управлінських рішень, але дає змогу впорядкувати процес обмірковування всієї наявної інформації з використанням власних думок та оцінок. SWOT-аналіз дає змогу формувати загальний перелік стратегій підприємства з урахуванням їх особливостей – адаптації до середовища або формування впливу на нього. Широке застосування та розвиток SWOT-аналізу пояснюються тим, що стратегічне управління є пов'язаним зі значними обсягами інформації, яку потрібно збирати, обробляти, аналізувати, використовувати, отже, виникає потреба у пошуку, розробці та застосуванні методів організації такої роботи.

Якісно проведений SWOT-аналіз дає змогу виявити як тактичні, так і стратегічні проблеми, подальший аналіз яких стане основою для розробки системи управління ефективністю банку.

Проведений аналіз дає підстави зробити висновок про досить стійкі ринкові позиції банку порівняно з основними конкурентами, які переважно мають недоліки у якості банківських послуг та асортиментному ряді послуг. Загальним недоліком для всіх банків, а також для всієї банківської системи України, є недовіра населення, що зумовлено передусім політичною та економічною нестабільністю в країні.

Конкуренти – це не єдиний вагомий фактор впливу на діяльність банківської установи, тому доцільно розглянути і проаналізувати фактори зовнішнього середовища за допомогою такого інструменту банківського маркетингу, як PEST-аналіз [4].

За результатами проведеного PEST-аналізу:

– політичні фактори: стабільність уряду, державний вплив на банківський сектор, зміни у законодавстві щодо банківських установ;

– економічні фактори: курс національної валюти, економічна стабільність у державі, процентна ставка Національного банку України, доходи населення;

– соціальні фактори: демографічна ситуація в країні, активність споживачів, зміни потреб населення, соціальна мобільність населення;

– технологічні фактори: широке використання інтернет-ресурсів, розвиток інформаційно-комунікаційних технологій, інноваційний потенціал [4; 5].

Таким чином, на підставі дослідження й аналізу використання інструментів банківського маркетингу в практичній діяльності банку можна зробити відповідні висновки. Проведений SWOT-аналіз засвідчує, що ПАТ «А-Банк» є надійним і досвідченим банком, що ефективно функціонує на вітчизняному фінансовому ринку. На сьогодні найважливішими факторами зовнішнього середовища стають технологічні, особливо інновації, які сприяють удосконаленню надання послуг банком і його діяльності в цілому. Використання виявлених можливостей і врахування ймовірних загроз дозволять підвищити ефективність діяльності банку. Аналіз конкурентів свідчить про конкурентоспроможність банку та його значні переваги перед іншими. Вагомими факторами, що сприяють цьому, є використання інновацій у діяльності банку, доступність за ціною та висока якість банківських послуг.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Полтініна О. П.

Література: 1. Примостка Л. О., Чуб О. О., Карчева Г. Т., Чемерис В. О. Банківські ризики: теорія і практика управління : монографія. Київ : КНЕУ, 2008. 456 с. **2.** Рясних Є. Г., Пономарьов А. А., Микитин М. О. Система управління кредитним портфелем у комерційному банку. *Вісник Хмельницького національного університету.* 2011. № 2. С. 146–149. **3.** Балабанова Л. В. SWOT-аналіз – основа формування маркетингових стратегій : навч. посіб. Київ : Знання, 2005. 302 с. **4.** Сусіденко В. Т. Стратегія управління кредитною діяльністю комерційного банку. Київ : Знання, 2006. 346 с. **5.** Костюченко В. М. Управління кредитними ризиками у комерційному банку. *Вісник Хмельницького національного університету.* 2010. № 1. С. 141–147.

ВИЗНАЧЕННЯ НАПРЯМІВ ЗМІН У ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА ІЗ ЗАСТОСУВАННЯМ ІНСТРУМЕНТІВ СТРАТЕГІЧНОГО АНАЛІЗУ

УДК 658.15

Рябченко І. А.

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

Анотація. *Проаналізовано результати фінансово-господарської діяльності підприємства. Із застосуванням інструментів стратегічного аналізу визначено його позицію в матриці фінансових стратегій Франшона–Романе. Розглянуто ймовірні варіанти зміни фінансової рівноваги підприємства. Наведено рекомендації щодо формування оптимальної для нього фінансової стратегії.*

Ключові слова: *підприємство, фінанси, стратегія, фінансова стратегія, фінансово-господарська діяльність, результат господарської діяльності, результат фінансової діяльності, результат фінансово-господарської діяльності, інструменти стратегічного аналізу, позиціонування, матриця фінансових стратегій Франшона–Романе.*

Аннотация. *Проанализированы результаты финансово-хозяйственной деятельности предприятия. С применением инструментов стратегического анализа определена его позиция в матрице финансовых стратегий Франшона–Романе. Рассмотрены возможные варианты изменения финансового равновесия предприятия. Приведены рекомендации касательно формирования оптимальной для него финансовой стратегии.*

Ключевые слова: *предприятие, финансы, стратегия, финансовая стратегия, финансово-хозяйственная деятельность, результат хозяйственной деятельности, результат финансовой деятельности, результат*

© Рябченко І. А., 2018

финансово-хозяйственной деятельности, инструменты стратегического анализа, позиционирование, матрица финансовых стратегий Франшона–Романе.

Annotation. *Analyzed the results of financial and economic activities of the enterprise. Using the tools of strategic analysis, his position was determined in the matrix of financial strategies of Franchona–Romane. The possible options for changing the financial balance of the enterprise. The recommendations are given regarding the formation of an optimal financial strategy for it.*

Keywords: *enterprise, finance, strategy, financial strategy, financial and economic activity, result of economic activity, financial result, result of financial and economic activity, tools of strategic analysis, positioning, matrix of financial strategies of Franchona–Romane.*

Основною метою діяльності підприємства є максимізація його ринкової вартості та підвищення рівня добробуту власників. Необхідною умовою досягнення цієї мети 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 й використання фінансових ресурсів за зміни умов зовнішнього середовища.

Питання розробки та реалізації фінансової стратегії підприємства є предметом наукових досліджень багатьох вітчизняних науковців, серед них Бланк І., Семенов А., Гриньов А., Ястремська О., Давидов Л., Ткачук І. та ін.

Практика діяльності вітчизняних підприємств показує, що їх успішна фінансова діяльність залежить приблизно на 70 % від стратегічної спрямованості, на 20 % – від ефективності оперативного управління і на 10 % – від якості виконання поточних завдань, отже, стратегічне бачення є однією з основних характеристик успішного підприємства. Однак, українські підприємці чимало уваги приділяють розв'язанню поточних задач, не розглядають як доцільне ефективне стратегічне управління фінансовою діяльністю [4].

Метою написання статті є обґрунтування доцільності використання інструментів стратегічного аналізу на підставі використання матриці фінансових стратегій Франшона–Романе для визначення напрямів змін у діяльності вітчизняних підприємств.

Матриця фінансових стратегій дає змогу визначати поточне положення підприємства, розглядати ситуацію в динаміці, прогнозувати зміни фінансової стратегії, планувати майбутнє його положення, цілеспрямовано змінюючи найважливіші показники діяльності підприємства та знижуючи рівень фінансового ризику. Матриця фінансових стратегій Франшона–Романе ґрунтується на розрахунку трьох коефіцієнтів: результату господарської діяльності (РГД), результату фінансової діяльності (РФД) та результату фінансово-господарської діяльності (РФГД).

Результат господарської діяльності розраховують за формулою:

$$РГД = БРЕІ – ΔФЕП – ВІ + ЗПМ, \quad (1)$$

де *БРЕІ* – брутто-результат експлуатації інвестицій;

ΔФЕП – зміни фінансово-експлуатаційних потреб;

ВІ – виробничі інвестиції;

ЗПМ – звичайний продажів майна [5].

Результат господарської діяльності визначають як суму грошових коштів підприємства після фінансування. Результат господарської діяльності характеризує ліквідність підприємства після фінансування всіх витрат, що є пов'язаними з його розвитком [5].

Результат фінансової діяльності розраховують за формулою:

$$РФД = ΔПК – В – ПНП – Д + ДВФД, \quad (2)$$

де *ΔПК* – зміна позикових коштів;

В – вартість фінансування;

ПНП – податок на прибуток від звичайної діяльності;

Д – виплачені дивіденди;

ДВФД – інші доходи і витрати фінансової діяльності [5].

Результат фінансової діяльності відображає фінансову політику підприємства. За його розрахунку слід користуватися лише рухом фінансових потоків. Вирішальне значення для визначення знака результатів фінансової діяльності має знак зміни позикових коштів.

Результат фінансово-господарської діяльності (РФГД) підприємства розраховують за формулою:

$$РФГД = РГД + РФД. \quad (3)$$

Результат фінансово-господарської діяльності показує величину і динаміку грошових коштів підприємства після здійснення всього комплексу інвестиційно-виробничої та фінансової діяльності підприємства. Від'ємне значення результату фінансово-господарської діяльності протягом тривалого періоду може призвести до банкрутства підприємства [3].

На підставі значень цих показників здійснюють позиціонування підприємства у матриці фінансових стратегій Франшона–Романе (табл. 1) [3].

Таблиця 1

Матриця фінансових стратегій Франшона–Романе

Показники	$РФД < 0$ гальмування	$РФД \to 0$ стабілізація	$РФД > 0$ зростання
$РГД > 0$ повільне зростання	1. Батько сімейства $РФГД \to 0$	4. Рантьє $РФГД > 0$	6. Холдинг $РФГД >> 0$
$РГД \to 0$ оптимальне зростання	7. Епізодичний дефіцит $РФГД < 0$	2. Стійка рівновага $РФГД \to 0$	5. Атака $РФГД > 0$
$РГД < 0$ форсоване зростання	9. Кризовий стан $РФГД << 0$	8. Дилема $РФГД < 0$	3. Хитка рівновага $РФГД \to 0$

Детальний опис визначення напрямів змін у діяльності підприємства та характеристик квадрантів матриці Франшона–Романе подано в табл. 2 [3].

Оцінку стратегічної діяльності та напрямів її змін здійснено за результатами аналізу фінансової звітності ПАТ «Фінпрофіль» за 2014–2017 рр. Підприємство займається виробництвом та здачею в оренду устаткування для виробництва водостічних систем.

Таблиця 2

Характеристика квадрантів матриці Франшона–Романе

	Позиція	**Характеристика**	**Можливість переходу**
1	Рівновага на підприємстві	Ефективна господарська діяльність, наявність умов для самофінансування та розвитку, зменшення заборгованості за рахунок позитивного фінансового результату від господарської діяльності	4; 2; 7
2	Рівновага на підприємстві	Стала фінансова стійкість підприємства. Власних коштів достатньо для виробничого фінансування розвитку. Обсяги заборгованості практично не змінюються або змінюються лише в міру фінансових. Структура джерел фінансування є оптимальною, планові обсяги діяльності повністю забезпечено фінансовими ресурсами	1; 3; 5; 7; 4; 6
3		Забезпечення збереження платоспроможності лише за рахунок нарощування заборгованості, існують передумови для виникнення кризи	8; 2; 5
4	Успіх (збільшення ліквідних коштів)	Існують вільні кошти для здійснення проектів за використання позикового капіталу	1; 2; 7
5		Посилення можливості активної експансії, виробничі потреби повністю забезпечено власними фінансовими ресурсами	2; 6; 8
6		Фінансування не лише власного розвитку, а й створення дочірніх підприємств, сприяння залученню додаткових кредитів. Наявні всі можливості для подальшого ефективного розвитку	4; 5
7	Дефіцит ліквідних коштів	Дефіцит ліквідних коштів через розрив між термінами надходження та витрачання коштів	2; 8; 9
8		Дефіцит коштів є пов'язаним зі зниженням рівня економічної прибутковості	7; 9
9		Кризовий стан підприємства, необхідність згортання інвестицій, потреба у фінансовій підтримці	7; 8

Результати розрахунку основних показників діяльності ПАТ «Фінпрофіль» у 2014–2017 рр. подано в табл. 3 [4].

Аналіз показників (табл. 3) вказує на те, що впродовж аналізованого періоду стратегічна діяльність ПАТ «Фінпрофіль» відповідає 4 квадранту матриці Франшона–Романе під назвою «Рантьє». Відповідно до цієї позиції у розпорядженні підприємства були вільні кошти для реалізації проектів за використання позикового капіталу. За таких умов підприємство для фінансування діяльності задовольняється власними фінансовими ресурсами, що

забезпечує стан фінансової рівноваги діяльності підприємства з мінімальним рівнем втрати його ліквідності. З іншого боку, обмеженість використання зовнішніх джерел фінансування підприємства не сприяє реалізації фінансового потенціалу й можливостей нарощення виробничих потужностей для подальшого розвитку підприємства.

Таблиця 3

Результати фінансово-господарської діяльності ПАТ «Фінпрофіль», 2014–2017 рр.

Показник	2014	2015	2016	2017
Результат господарської діяльності	28675	6195,5	12469	20916,5
Результат фінансової діяльності	–519,5	–425	–399,5	–194
Результат фінансово-господарської діяльності	28155,5	5770,5	12069,5	20722,5
Логічне значення РГД	*РГД* > 0	*РГД* > 0	*РГД* > 0	*РГД* > 0
Логічне значення РФД	*РФД* <≈ 0	*РФД* <≈ 0	*РФД* <≈ 0	*РФД* <≈ 0
Номер квадранта	4	4	4	4

Можливими напрямами змін у діяльності ПАТ «Фінпрофіль» (табл. 2) є перехід до квадрантів 1; 2; 7. Позитивна динаміка результатів фінансово-господарської діяльності підприємства дозволяє прогнозувати можливості переходу підприємства до квадранта 1 «Батько сімейства», для підприємств якого характерними є ефективна господарська діяльність, наявність умов для самофінансування та розвитку, зменшення заборгованості за рахунок додатного фінансового результату від господарської діяльності. Однак, реальнішим є перехід до квадранта 2 «Стійка рівновага», для підприємств якого характерною є стала фінансова стійкість.

За песимістичного прогнозу та погіршення фінансового стану підприємства під впливом негативних зовнішніх і внутрішніх факторів підприємство може переміститися до квадранта 7, для підприємств якого характерним є дефіцит ліквідних коштів. Для уникнення такої ситуації ПАТ «Фінпрофіль» слід оптимізувати структуру капіталу підприємства шляхом установлення такого співвідношення між власним і позиковим капіталу, який дозволив би мінімізувати ризики й підвищити рентабельність використання активів суб'єкта господарювання.

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

Література: 1. Бланк И. А. Финансовая стратегия предприятия. Киев : Ника-Центр ; Эльга, 2006. 520 с. **2.** Бутирі-на В. М., Верещаєва В. А. Визначення фінансової стратегії розвитку підприємства. *Науковий вісник НЛТУ України.* 2011. № 21. С. 177–182. **3.** Гриньов А. В., Ястремська О. М. Якість формування фінансової стратегії підприємства. *Фінанси України.* 2006. № 6. С. 121–128. **4.** 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. **5.** Семенов А. Г. Матриця фінансових стратегій. *Вісник економічної науки України.* 2008. № 2. С. 139–146.

ЗНАЧЕННЯ РОЗРАХУНКУ ПРИБУТКУ ТА РЕНТАБЕЛЬНОСТІ У ПРОЦЕСІ АНАЛІЗУ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

УДК 005.52:658.155

Савісько Т. Е.

Студент 3 курсу
факультету консалтингу і міжнародного бізнесу ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Визначено сутність понять «прибуток» і «рентабельність» як основних показників ефективності діяльності будь-якого суб'єкта господарювання. Проаналізовано роль і значення розрахунку цих показників у процесі загального аналізу господарської діяльності підприємства.*

Ключові слова: *підприємство, організація, суб'єкт господарювання, виробництво, господарська діяльність, аналіз господарської діяльності, фінанси, фінансування, прибуток, дохід, рентабельність.*

Аннотация. *Определена сущность понятий «прибыль» и «рентабельность» как основных показателей эффективности деятельности любого субъекта хозяйствования. Проанализированы роль и значение расчета этих показателей в процессе общего анализа хозяйственной деятельности предприятия.*

Ключевые слова: *предприятие, организация, субъект хозяйствования, производство, хозяйственная деятельность, анализ хозяйственной деятельности, финансы, финансирование, прибыль, доход, рентабельность.*

Annotation. *The essence of the concepts of «profit» and «profitability» as the main indicators of the performance of any business entity. Analyzed the role and importance of the calculation of these indicators in the process of a general analysis of the economic activity of the enterprise.*

Keywords: *enterprise, organization, business entity, production, economic activity, analysis of economic activity, finance, financing, profit, income, profitability.*

Нині проблема підвищення прибутку та рентабельності є актуальною для підприємств усіх галузей народного господарства України, адже прибуток є головною рушійною силою економіки ринкового типу, основним спонукальним мотивом діяльності підприємців за умов ринкової економіки, певним гарантом прогресу соціально-економічної системи. Прибуток є узагальнюючим показником діяльності підприємства, але він недостатньо точно відображає ефективність підприємницької діяльності, найточнішу оцінку функціонування підприємства дає рентабельність.

На сучасному етапі розвитку економіки України чимало підприємств є неприбутковими або малоприбутковими через післякризову ситуацію в країні. Високі ціни на закупівлю сировини та комплектуючих, інфляція, невисока купівельна спроможність населення, нестабільність податкового законодавства та інші фактори зменшують розмір прибутку сучасного підприємства, тому ця тема потребує постійного осмислення та висвітлення.

Метою написання статті є визначення сутності та основних складових понять «прибуток» і «рентабельність», а також кінцевої ролі цих явищ у процесі аналізу діяльності підприємства загалом.

Проблеми аналізу господарської діяльності знайшли своє відображення в роботах багатьох науковців, серед них Бузучасний О. У., Сіменко І. В., Савицька Г. В., Шляга О. В., Шипуля Л. І. та ін.

Прибуток є частиною чистого доходу, створеного в процесі виробництва та реалізованого у сфері обігу, який безпосередньо одержує підприємство. Тільки після продажу продукції чистий прибуток отримує форму прибутку. Кількісно він являє собою різницю між виручкою та повною собівартістю реалізованої продукції: чим більше підприємство реалізує рентабельну продукцію, тим більше отримує прибуток, тим кращим є його фінансовий стан. Тому фінансові результати діяльності слід вивчати в тісному зв'язку із використанням і реалізацією продукції.

Основними завданнями аналізу фінансових результатів діяльності підприємства є:

– систематичний контроль за виконанням планів реалізації продукції й отриманням прибутку;

– визначення впливу як об'єктивних, так і суб'єктивних факторів на обсяг реалізації продукції та фінансові результати;

– виявлення резервів збільшення обсягу реалізації продукції та суми прибутку;

© Савісько Т. Е., 2018

– оцінка роботи підприємства із використанням можливостей збільшення обсягу реалізації продукції, прибутку та рентабельності;

– розробка заходів щодо використання виявлених резервів [2].

Підтримання необхідного рівня рентабельності є об'єктивною передумовою успішної діяльності підприємства за ринкової форми організації господарювання. Нестача прибутку та низька динаміка свідчать про неефективність і ризиковість бізнесу, є однією з причин банкрутства.

Прибуток як важлива категорія ринкових відносин виконує низку важливих функцій.

1. Є критерієм і показником ефективності діяльності підприємства. Інакше кажучи, сам факт прибутку вже свідчить про ефективну діяльність підприємств.

2. Виконує стимулюючу функцію. Як кінцевий фінансово-економічний результат підприємства прибуток відіграє ключову роль у ринковому господарстві. За ним закріплено статус цілі, що визначає економічну поведінку суб'єктів господарювання, благополуччя яких залежить як від величини прибутку, так і від прийнятої у національній економіці алгоритму її розподілу, у тому числі податкового регулювання.

3. Є джерелом формування доходів бюджетів різних рівнів. Він надходить до бюджетів у вигляді податків, а також економічних санкцій, використовується для різних цілей, визначених витратною частиною бюджету й затверджених у законодавчому порядку [2].

Отже, прибуток підприємства є головним фактором його економічного та соціального розвитку, що випливає з цілі підприємницької діяльності. Сучасні західні економісти формулюють цілі акціонерної компанії (яка є найпоширенішою формою підприємницької діяльності у розвинених країнах) як максимізацію акціонерної власності, максимізацію прибутку, максимізацію управлінського збору, біхевіористичні (поведінкові) цілі та соціальну відповідальність [1].

На відміну від прибутку, рентабельність підприємства вказує на ефект підприємницької діяльності, характеризує ефективність цієї діяльності. Рентабельність є відносною величиною, що виражає прибутковість (доходність) підприємства. У ринковій економіці існує система показників рентабельності, що є використовуваними у процесі аналізу фінансово-господарської діяльності, прийняття управлінських рішень, рішень потенційних інвесторів щодо участі у фінансуванні інвестиційних проектів [4].

Підвищення рентабельності може бути досягнене як шляхом збільшення суми прибутку, так і шляхом зниження вартості виробничих фондів. Недотримання плану прибутку та збільшення виробничих фондів може призвести до зниження рівня рентабельності. Оскільки рентабельність є відносним показником, його зростання або зниження можливі за різного співвідношення темпів зміни прибутку та фондів.

Аналіз загальної рентабельності має велике значення для комплексної характеристики роботи з точки зору ефективності використання всього виробничого потенціалу, що є в розпорядженні виробничого підприємства [4].

Таким чином, для успішного розвитку будь-якого підприємства важливо приділяти увагу таким якісним показникам, як прибуток і рентабельність. Важливе значення для забезпечення умов невпинного зростання прибутку та рентабельності має якість їх планування. Як на стадії планування прибутку, так і в процесі повсякденного контролю за виконанням плану прибутку важливим є виявлення зайвих для підприємства запасів товарно-матеріальних ресурсів у вигляді непрацюючого устаткування, машин, приладів, понаднормативних запасів сировини, матеріалів, інструменту й інших цінностей. Фінансові ресурси, вкладені в такі активи, уповільнюють обіговість коштів підприємства і знижують відповідно рентабельність виробництва. Підприємства повинні активно шукати можливі шляхи вдосконалення виробництва, підвищення конкурентоспроможності власної продукції, що сприятиме зростанню прибутку та рентабельності суб'єкта господарювання.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Сапрун Г. Г.

Література: 1. Лойко В. В. Шляхи збільшення обсягу прибутку та підвищення дієвості управління прибутком промислового підприємства за сучасних умов господарювання. *Інтернаука*. 2015. № 7. С. 224–238. **2.** Скибенко С. Т., Чемерис М. В. Формування стратегії управління прибутком підприємства. *Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі.* 2011. № 6. С. 152–160. **3.** Савицька Г. В. Економічний аналіз діяльності підприємства : навч. посіб. Київ : Знання, 2005. 662 с. **4.** Шляга О. В., Шипуля Л. І. Прибуток та рентабельність як показники ефективності виробництва. *Економічний вісник Запорізької державної інженерної академії.* 2014. № 8. С. 75–81. **5.** Гуменюк В. С., Єпіфанова І. Ю. Прибутковість підприємства: сучасні підходи до визначення сутності. *Економіка та суспільство.* 2016. № 3. С. 189–192.

ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ СТРАХОВОГО РИНКУ УКРАЇНИ

УДК 368.5

Саковець Л. В.
Старікова В. А.

Студенти 3 курсу
фінансового факультету ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Досліджено проблеми розвитку страхового ринку України. Висвітлено кількість страхових компаній, проаналізовано динаміку страхового ринку. Розглянуто перспективні галузі на ринку страхування. Конкретизовано умови, що є необхідними для розвитку та нормального функціонування сучасних вітчизняних страхових компаній.*

Ключові слова: *страхування, страхова компанія, страхові послуги, аграрний сектор, медичне страхування.*

Аннотация. *Исследованы проблемы развития страхового рынка Украины. Освещено количество страховых компаний, проанализирована динамика страхового рынка. Рассмотрены перспективные отрасли на рынке страхования. Конкретизированы условия, необходимые для развития и нормального функционирования современных отечественных страховых компаний.*

Ключевые слова: *страхование, страховая компания, страховые услуги, аграрный сектор, медицинское страхование.*

Annotation. *The problems of the development of the insurance market of Ukraine are investigated. The number of insurance companies is covered, the dynamics of the insurance market is analyzed. Considered promising industry in the insurance market. The conditions necessary for the development and normal functioning of modern domestic insurance companies are specified.*

Keywords: *insurance, insurance company, insurance services, agricultural sector, medical insurance.*

З отриманням Україною незалежності відбуваються економічні й соціальні перетворення, якими зумовлено необхідність побудови адекватної системи страхування, що б стала надійним захистом для юридичних і фізичних осіб після матеріальних втрат, спричинених стихійним лихом, нещасним випадком чи іншими ризиковими обставинами.

Дослідженням теоретичних основ страхування займалися і займаються чимало науковців, серед них Базилевич В., Баранова В., Зоря О., Лук`яненко І. та ін.

Страхування є однією з трьох сфер фінансової системи. Воно пов'язане з розподілом сукупного суспільного продукту та частини національного багатства. Для страхування водночас характерні економічні відносини тільки з перерозподілу доходів і нагромаджень, пов'язаних із відшкодуванням матеріальних та інших втрат [1].

Отже, страхування є пов'язаним з імовірнісним рухом грошової форми власності. Страховий випадок може і не наступити. Розвиток національного страхового ринку на сучасному етапі відбувається за умов зростання зацікавленості юридичних і фізичних осіб у захисті своїх майнових інтересів, розвитку ринку фінансових послуг і формування національної системи іпотечного кредитування, упровадження системи недержавного пенсійного забезпечення.

Стримують розвиток ринку страхових послуг недосконалість захисту прав споживачів страхових послуг і вузька клієнтська база страховиків. Компанії не мають достатнього досвіду проведення цих видів страхування.

Проблеми розвитку ринку страхових послуг розподіляють на:

– економічні: низький платоспроможний попит фізичних та юридичних осіб на страхові послуги, малі обсяги і слабка структура капіталу страхових організацій;

– організаційно-правові: відсутність цілеспрямованої державної політики у сфері страхування, що призводить до безсистемного розвитку вітчизняного страхового ринку; недосконалість чинної нормативно-правової бази, що регламентує розвиток страхової галузі; надмірна кількість видів обов'язкового страхування і неадекватність їх фінансового забезпечення;

– функціональні: низька прибутковість окремих видів страхування, низький рівень кваліфікації кадрів, зростання випадків страхового шахрайства;

© Саковець Л. В., Старікова В. А., 2018

– інформаційно-аналітичні: значна інформаційна закритість страхового ринку, недосконаліть фінансової звітності та методів обробки даних, відсутність бази даних про недобросовісних страхувальників, відсутність досконалих рейтингів страхових компаній;

– соціально-психологічні: відсутність довіри населення та суб'єктів господарювання до страхових компаній [2].

Про проблеми в цьому секторі свідчать і дані про динаміку основних показників страхового ринку (табл. 1; 2) [3; 4].

Таблиця 1

Кількість страхових компаній в Україні, 2015–2017 рр.

Кількість страхових компаній	Станом на 31.12.2015	Станом на 31.12.2016	Станом на 30.09.2017	Відхилення, +,- 2017 до 2015
Загальна кількість	361	310	296	-65
у тому числі СК «non-Life»	312	271	262	-50
у тому числі СК «Life»	49	39	34	-15

Бачимо (табл. 1), що відбувається скорочення кількості страхових компаній: у 2017 р. порівняно з 2015 р. загальна кількість зменшилася на 65 страхових компаній. Незважаючи на такі зміни, страховий ринок має значні перспективи розвитку, особливо це стосується страхування в аграрному секторі та соціального страхування. Аграрне страхування має великі перспективи розвитку, оскільки агросектор є одним із таких, що динамічно розвивається, і привабливим для інвесторів сектором економіки України.

Таблиця 2

Динаміка страхового ринку України, 2015–2017 рр.

Показник	Значення показника за роками, млн грн		Темпи приросту	
	2016	2017	млн грн	%
Загальні активи страховиків	55 377,2	56 813,8	1 436,6	2,6
Валові страхові премії	24 844,2	31 391,1	6 546,9	26,4
Валові страхові виплати	6 271,3	7 375,1	1 103,8	17,6
Сплачено на перестрахування	8 460,6	13 261,9	4 801,3	56,7
Обсяг сформованих страхових резервів	19 477,1	21 804,8	2 327,7	12,0
Виплати, компенсовані перестрахувальникам – нерезидентам	9,0	12,3	3,30	36,7

Бачимо (табл. 2), що загальні активи страховиків збільшились на 2,6 %. Приріст активів є свідченням зміцнення економічного потенціалу страхових компаній, їх ваги на ринку. Валові страхові виплати у 2017 р. зросли на 17,6 %, що свідчить про ефективнішу роботу страхових компаній.

Українські аграрні підприємства мають величезний потенціал для розвитку і є предметом підвищеної зацікавленості іноземних інвесторів. Частка агросектора в структурі національного валового внутрішнього продукту становить близько 15 %. Навіть на піку фінансово-економічної кризи українські агрокомпанії отримали понад 12 % світових інвестицій. На сьогодні рівень агрострахування в Україні становить лише 5–7 % [4].

Ринок добровільного медичного страхування має величезний потенціал розвитку в Україні, це зумовлено тим, що на сьогодні ринок розвинений ще слабо, однак, має найбільшу динаміку зростання. Багато великих компаній страхують своїх працівників, забезпечують їм соціальний пакет, що є додатковою перевагою для працівників при виборі роботодавця. Зауважимо, що добровільне медичне страхування є досить збитковим продуктом, оскільки споживачі послуг завжди намагаються максимально використовувати всі медичні послуги, які передбачені страховкою. Це змушує страхові компанії встановлювати високий відсоток франшизи у випадку, якщо клієнт бажає скористатися дорогими медичними послугами. У цілому можна сказати, що ринок добровільного медичного страхування найближчим часом активно розвиватиметься [5: 6].

Для ефективного розвитку страхового ринку в Україні необхідно створити умови, які б сприяли ефективному функціонуванню страхових компаній.

1. Підвищення капіталізації страховиків. Для підвищення рівня відповідальності страховиків за страховими зобов'язаннями необхідним є прийняття на законодавчому рівні заходів щодо підвищення капіталізації страховиків. Це стосується передусім збільшення розміру статутного фонду.

2. Створення страховиками централізованого фонду страхових гарантій, основним призначенням якого є покриття збитків страховика за різкого зростання страхових виплат з будь-якої причини: різке збільшення кількості страхових випадків, суттєві інфляційні процеси, форс-мажорні обставини.

3. Розвиток системи перестрахування. Необхідно підвищити вимоги до фінансової надійності перестраховиків, для яких перестрахування є виключним видом діяльності.

4. Стимулювання створення об'єднань страховиків для прийняття на загальне страхування великих ризиків.

5. Обов'язковість страхування найбільш соціально вагомих ризиків дозволить залучити додаткові кошти в економіку як інвестиції.

6. Удосконалення регуляторної діяльності. Вирішення проблем регулювання участі іноземного капіталу у страхуванні у поєднанні із захистом національних інтересів [6].

Таким чином, сучасний страховий ринок у своєму розвитку має певні досягнення та численні недоліки, властиві функціонуванню як окремих страхових компаній, так і системи страхування загалом. Аналіз стану вітчизняного ринку страхових послуг засвідчив, що нині дуже важливими є розробка та ефективне впровадження антикризового плану, який має передбачати доступ страхових компаній до резервів, розміщених на депозитах банків; консультаційну допомогу щодо можливості рекапіталізації небанківських фінансових установ, зняття жорстоких обмежень у частини вимог щодо рівня кредитного рейтингу для інвестування активів страхових компаній; створення фонду гарантій страхових виплат за рахунок коштів страхових резервів страхових компаній на рахунках Національного банку України та ін. Оскільки страховий ринок є невід'ємною складовою фінансової системи України, формування досконалого фінансово стійкого страхового ринку є важливим аспектом її подальшого розвитку.

Науковий керівник – канд. екон. наук, викладач Давиденко Д. О.

Література: 1. Базилевич В. Д., Базилевич К. С., Пікус Р. В. Страхова справа : підручник. Київ : Знання, 2011. 204 с. **2.** Баранова В. Г. Страховая система Украины: проблемы и перспективы развития. *Стратегии развития финансовых рынков стран СНГ.* 2012. № 6. С. 128–137. **3.** Статистика страхового рынка Украины. URL: http://forinsurer.com. **4.** Статистична інформація // Офіційний сайт Державної служби статистики України. URL: http://www.ukrstat.gov.ua. **5.** Зоря О. П. Страховий ринок України: стан, проблеми та перспективні напрямки розвитку. *Вісник Сумського національного аграрного університету*. 2013. № 1. С. 12–15. **6.** Лук'яненко І. Г., Сінельнік В. В. Сучасні тенденції функціонування та напрями реформування страхового ринку. *Економічний вісник університету.* 2015. № 27. С. 221–227.

ОЦІНКА СТРАТЕГІЧНИХ АЛЬТЕРНАТИВ ПІДПРИЄМСТВА ІЗ ЗАСТОСУВАННЯМ МАТРИЦІ ФРАНШОНА–РОМАНЕ

УДК 658.15

Самарцева О. С.

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

Анотація. *Визначено стадію фінансового розвитку підприємства на підставі його позиції в матриці фінансових стратегій Франшона–Романе. Проаналізовано стратегічний фінансовий стан ТОВ «Укрaгрозапчастина». Розглянуто ймовірні варіанти зміни фінансової рівноваги суб'єкта господарювання. Наведено рекомендації щодо формування оптимальної для нього фінансової стратегії.*

© Самарцева О. С., 2018

Ключові слова: *підприємство, фінанси, фінансова стратегія, фінансово-господарська діяльність, результат господарської діяльності, результат фінансової діяльності, результат фінансово-господарської діяльності, позиціонування, матриця фінансових стратегій Франшона–Романе.*

Аннотация. *Определена стадия финансового развития предприятия на основании его позиции в матрице финансовых стратегий Франшона–Романе. Проанализировано стратегическое финансовое состояние ООО «Укрaгрозапчасть». Рассмотрены возможные варианты изменения финансового равновесия субъекта хозяйствования. Приведены рекомендации по формированию оптимальной для него финансовой стратегии.*

Ключевые слова: *предприятие, финансы, финансовая стратегия, финансово-хозяйственная деятельность, результат хозяйственной деятельности, результат финансовой деятельности, результат финансово-хозяйственной деятельности, позиционирование, матрица финансовых стратегий Франшона–Романе.*

Annotation. *The stage of financial development of an enterprise has been determined on the basis of its position in the matrix of financial strategies of Franchona–Romane. Analyzed the strategic financial condition of «Ukragrozapchast» LLC. The possible options for changing the financial balance of a business entity are considered. The recommendations on the formation of an optimal financial strategy for it are given.*

Keywords: *enterprise, finance, financial strategy, financial and economic activity, result of economic activity, result of financial activity, result of financial and economic activity, positioning, matrix of financial strategies of Franchona–Romane.*

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 й використання фінансових ресурсів за зміни умов зовнішнього середовища.

Дослідженням питань розробки та реалізації фінансової стратегії підприємства займалися і займаються чимало науковців, серед них Бланк І. А., Бутиріна В. М., Гриньов А. В., Дорофєєв М. Л., Іванюта С. М., Ткачук І. Г. 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 визначення стадії фінансового розвитку підприємства галузі оптової та роздрібної торгівлі, оцінка наявних стратегічних альтернатив на підставі матриці Франшона–Романе, а також надання рекомендацій щодо ефективного формування його фінансової стратегії з урахуванням галузевого аспекту.

Для визначення поточного положення підприємства з точки зору фінансової стратегії використаємо матрицю фінансових стратегій. Матриця фінансових стратегій (фінансової рівноваги), розроблена французькими науковцями Франшоном Ж. та Романе І., є одним із найефективніших методичних підходів до визначення стадії фінансового розвитку підприємства й оцінки альтернативних варіантів подальшої зміни його фінансового стану. Вона дозволяє розглядати ситуацію в динаміці, прогнозувати зміни фінансової стратегії залежно від зміни основних показників фінансово-господарської діяльності, а також планувати його майбутній стан [6].

Результат господарської діяльності (РГД) є сумою коштів підприємства після фінансування його розвитку, що характеризує ліквідність підприємства після фінансування всіх витрат, пов'язаних із його розвитком. Показники результату господарської діяльності розраховують для визначення величини та виявлення динаміки грошових засобів у результаті інвестиційно-господарської діяльності підприємства [6].

Розрахунок показника результату господарської діяльності подано в табл. 1 [6].

Таблиця 1

Розрахунок показника результату господарської діяльності

Показник	Умовні позначення	2014	2015	2016
1	2	3	4	5
1. Додана вартість	*ДВ*	3728905,5	4325052,5	2884588
1.1. Вартість виробленої продукції	*ТП*	2361202	2800058	1660875
1.2. Запаси готової продукції	*ГП ср*	21961	32852	30937,5
1.3. Незавершене виробництво	*НЗВ ср*	328309,5	217194,5	173261,5
1.4. Вартість спожитих матеріальних засобів виробництва	*МВ*	1017433	1274948	1019514
2. Брутто-результат від експлуатації інвестицій	*БРЕІ*	1749685,16	2242505,66	1185315,1
2.1. Податок на додану вартість	*ПДВ*	310904,833	316212,33	256505,33
2.2. Витрати на оплату праці	*ВП*	322573	274192	249992

Закінчення табл. 1

1	2	3	4	5
2.3. Матеріальні витрати	*МВ*	1017433	1274948	1019514
2. 4. Обов'язкові платежі, що є пов'язаними з оплатою праці	*ОП*	123256	102952	60520
3. Зміна величини фінансово-експлуатаційних потреб	*Δ ФЕП*	436334	197709	73446
3.1. Матеріальні запаси на початок періоду	*Започ*	589615	436468	378106
3.2 Матеріальні запаси на кінець періоду	*Запкін*	438021	378106	338049
3.3. Дебіторська заборгованість підприємства на початок періоду	*ДЗпоч*	181783	429340	472765
3.4. Дебіторська заборгованість підприємства на кінець періоду	*ДЗкін*	430669	494442	535627
3.5. Кредиторська заборгованість підприємства на початок періоду	*КРпоч*	938873	597031	425361
3.6. Кредиторська заборгованість підприємства на кінець періоду	*КРкін*	599831	406062	374720
ФЕП на початок періоду	*ФЕП1*	–167475	268777	425510
ФЕП на кінець періоду	*ФЕП2*	268859	466486	498956
4. Виробничі інвестиції	*ВІ*	699606	5287	9869
5. Звичайні продажі майна	*ПМ*	5004	5370	1939
Результат господарської діяльності	*РГД*	608741,16	2034139,66	1100061,1

Показник результату фінансової діяльності відображає фінансову політику підприємства, його розраховують за формулою 1:

$$РФД = \Delta ПК - Вф - ПП - Д + Дук - Вук - ФІд + Дф, \quad (1)$$

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 [9].

Результат фінансово-господарської діяльності (РФГД) дає змогу оцінити обсяг вільних грошових коштів підприємства після фінансування ним усіх витрат виробничого розвитку. Результат фінансово-господарської діяльності розраховують за формулою 2:

$$РФГД = РГД + РФД, \quad (2)$$

де *РГД* – результат господарської діяльності;

РФД – результат фінансової діяльності [9].

Отримані результати розрахунків результату фінансової та фінансово-господарської діяльності подано в табл. 2 [9].

На підставі значень цих показників здійснюють позиціонування підприємства у матриці фінансових стратегій Франшона–Романе. Аналіз результату господарської діяльності, результату фінансової діяльності та сумарного результату фінансово-господарської діяльності потрібен для виявлення величини та динаміки грошових коштів підприємства в результаті його господарсько-інвестиційної та фінансової діяльності, оцінки його здатності відповідати за зобов'язаннями, виплачувати дивіденди, здійснювати інвестиції в основні засоби, покривати поточні фінансово-експлуатаційні потреби, тобто мати додатні грошові потоки, оскільки жодна фірма не в змозі довго утримуватися на від'ємному значенні результату фінансово-господарської діяльності [8].

Матриця фінансових стратегій Франшона–Романе дає змогу спрогнозувати критичний шлях підприємства на найближчі роки, намітити допустимі межі ризику та виявити поріг можливостей підприємства (табл. 3) [9].

На підставі розрахованих значень ключових показників здійснимо позиціонування ТОВ «Укрsuperзапчастина» у матриці фінансових стратегій Франшона–Романе (табл. 4) [9].

Таблиця 2

Розрахунок показника результату фінансової та фінансово-господарської діяльності, тис. грн

Показник	Умовні позначення	2014	2015	2016
1. Зміна позикових коштів підприємства	*ПК*	221782	221782	35794
1.1. Позикові кошти підприємства на початок періоду	*ПКп*	240000	379214	600996
1.2. Позикові кошти підприємства на кінець періоду	*ПКк*	379214	600996	636790
2. Відсотки банку	*ВБ*	–37544	–63951	–73640
3. Податок на прибуток	*ПП*	–8170	–437	1762
4. Виплачені дивіденди	*ВД*	0	0	0
5. Суми, отримані від емісії акцій	*ЕА*	0	0	0
6. Кошти, вкладені у статутні фонди інших підприємств	*СФ*	–572	-–207	–115062
7. Довгострокові фінансові вкладення	*ДФсер*	0	11483	9186
8. Відрахування, отримані від прибутку заснованих підприємств, і доходи від інших довгострокових фінансових вкладень	*ОПУ*	5775	8934	47466

Таблиця 3

Матриця фінансових стратегій (фінансової рівноваги) Франшона–Романе

Значення показників	*РФД* < 0 гальмування	*РФД* → 0 стабілізація	*РФД*>0 зростання
РГД > 0 повільне зростання	1. РФХД = 0 Батько сімейства	4. *РФХД* > 0 Рантьє	6. *РФХД* > 0 Холдинг
РГД → 0 повільне зростання	7. *РФГД* < 0 Епізодичний дефіцит	2. *РФГД* → 0 Стійка рівновага	5. *РФГД* > 0 Атака
РГД < 0 форсоване зростання	9. *РФГД* < < 0 Криза	8. *РФГД* < 0 Дилема	3. *РФГД* →0 Нестійка рівновага

Таблиця 4

Параметри матриці фінансових стратегій Франшона–Романе ТОВ «Укрaгрозапчастина», 2014–2016 рр.

Показники	2014	2015	2016
РГД	608741,16	2034139,66	1100061,16
РФД	273843	283828	261014
РФГД	334898,16	1750311,66	839047,16

Побудуємо матрицю фінансових стратегій Франшона–Романе для ТОВ «Укрaгрозапчастина», визначимо напрями зміни показників у 2014–2016 рр. (рис. 1) [9].

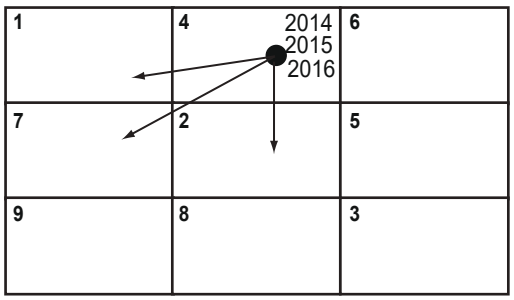


Рис. 1. **Матриця фінансових стратегій Франшона–Романе для ТОВ «Укрaгрозапчастина»**

Отже, у 2014–2016 рр. ТОВ «Укрaгрозапчастина» перебувало в квадранті 4 матриці Франшона–Романе під назвою «Рантьє», для підприємств якого характерною є наявність вільних засобів для здійснення проектів за використання позикового капіталу. Однак, підприємство не прагне вкладати їх у власне виробництво, а надає товарні кредити своїм споживачам (замовникам); можливий перехід до квадрантів 1; 2; 7.

До квадрантів 2; 7 підприємство переміститься в разі реалізації інвестиційного проекту. Якщо темпи зростання будуть досить високими, підприємство може переміститися до квадранта 2. За невисоких темпів зростання обігу – до квадранта 7.

У разі скорочення використання позикових коштів підприємство може переміститися до квадранта 1. Тут слабшає сила впливу фінансового важеля, дещо знижується і рентабельність власних коштів.

За результатами застосування матриці Франшона–Романе ТОВ «Украгрозапчастина» рекомендовано передусім звернути увагу на темпи зростання рентабельності і темпи зростання обігу. Коригування показників оборотності коштів і рентабельності сприятиме поліпшенню фінансового стану.

Слід також звернути увагу на можливості управління дебіторською і кредиторською заборгованостями. З огляду на значні обсяги дебіторської заборгованості за реалізовану продукцію, що негативно впливає на рівень платоспроможності підприємства, необхідно здійснити її переведення в більш ліквідну форму активів – грошові кошти, для чого можна скористатися послугою факторингу задля мінімізації ризику неплатежів і забезпечення миттєвої ліквідності [9].

Подальші перспективи розвитку підприємства є цілком позитивними. Вибір структури фінансування залежатиме від рівня та динаміки економічної прибутковості.

Таким чином, реалізація пропонованої системи заходів для досягнення бажаного фінансового стану дасть змогу ТОВ «Украгрозапчастина» подолати наявні дестабілізуючі явища в його діяльності, забезпечить підвищення рівня ліквідності та платоспроможності підприємства, а також ефективності його господарської діяльності без надмірного зростання залежності від зовнішніх фінансових джерел.

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

Література: 1. Бутиріна В. М., Верещаєва В. А. Визначення фінансової стратегії розвитку підприємства. *Науковий вісник НЛТУ України.* 2011. № 21. С. 177–182. **2.** Бланк И. А. Финансовая стратегия предприятия. Киев : Ника-Центр ; Эльга, 2006. 520 с. **3.** Іванюта С. М. Антикризове управління : навч. посіб. Київ : Центр навч. літ., 2007. 288 с. **4.** Портер М. Конкурентная стратегия. Методика анализа отраслей и конкурентов. М. : Альпина Бизнес Букс, 2005. 464 с. **5.** Ансофф И. Стратегическое управление. М. : Экономика, 1989. 304 с. **6.** Гриньов А. В., Ястремська О. М. Якість формування фінансової стратегії підприємства. *Фінанси України.* 2006. № 6. С. 121–128. **7.** Ткачук І. Г. Формування фінансової стратегії в системі управління підприємством. *Вісник ЖДТУ.* 2008. № 2. С. 301–304. **8.** Кравчук О. М., Лещук В. П. Фінансова діяльність суб'єктів підприємництва : навч. посіб. Київ : Центр навч. літ., 2010. 352 с. **9.** Семенов А. Г. Матриця фінансових стратегій. *Вісник економічної науки України.* 2008. № 2. С. 139–146.

ВИЗНАЧЕННЯ СТАДІЇ ФІНАНСОВОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА ТОРГОВЕЛЬНОЇ ГАЛУЗІ

УДК 65.012.23

Сидоренко А. А.

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

Анотація. *Із застосуванням матриці фінансових стратегій Франшона–Романе оцінено фінансову діяльність підприємства ТОВ «ВСВ». Розглянуто можливі варіанти зміни фінансової рівноваги підприємства.*

© Сидоренко А. А., 2018

Ключові слова: *підприємство, фінанси, фінансова стратегія, фінансовий стан, фінансова рівновага, результат фінансової діяльності, матричний аналіз, позиціонування, матриця фінансових стратегій Франшона–Романе.*

Аннотация. *С применением матрицы финансовых стратегий Франшона–Романе оценена финансовая деятельность предприятия ООО «ВСВ». Рассмотрены возможные варианты изменения финансового равновесия предприятия.*

Ключевые слова: *предприятие, финансы, финансовая стратегия, финансовое состояние, финансовое равновесие, результат финансовой деятельности, матричный анализ, позиционирование, матрица финансовых стратегий Франшона–Романе.*

Annotation. *Using the matrix of financial strategies of Franchona–Romane the financial activity of the company VSV was evaluated. The possible options for changing the financial balance of the enterprise.*

Keywords: *enterprise, finance, financial strategy, financial state, financial equilibrium, financial result, matrix analysis, positioning, Franchona–Romane financial strategy matrix.*

На сьогодні існують чимало різних підходів до формування фінансової стратегії, однак, вони приділяють увагу окремим аспектам фінансової діяльності підприємства. Відсутністю єдиного системного підходу зумовлено широку варіативність трактувань дефініції «фінансова стратегія» та неможливість аналізу її використання на різних підприємствах. Метою фінансової стратегії є забезпечення стійкого стану підприємства на ринку, що базується на ефективному формуванні та використанні фінансових ресурсів.

У процесі складання фінансової стратегії виділяють етапи:

– визначення періоду формування стратегії;

– визначення стратегічних цілей;

– розробки фінансової політики;

– конкретизації показників цілей стратегії;

– оцінки розробленої фінансової стратегії;

– реалізації фінансової стратегії.

В Україні використовують лише один комплексний підхід до оцінки фінансової стратегії, заснований на побудові матриці Франшона–Романе, що дає змогу приймати об'єктивні рішення щодо комплексності використання фінансових ресурсів, спрямовуваних на досягнення поставленої мети фінансової стратегії. Матриця Франшона–Романе дає змогу розглядати проблему співвідношення мети та ресурсного потенціалу розвитку підприємства в динаміці, формулювати фінансову стратегію, визначати пріоритетні сфери фінансового розвитку, які забезпечують її реалізацію, модифікувати фінансову стратегію. Однак, важливо враховувати специфічні риси функціонування підприємств різних галузей і відображати їх у показниках оцінки.

Матриця фінансових стратегій Франшона–Романе ґрунтується на розрахунку трьох коефіцієнтів: результату господарської діяльності (РГД), результату фінансової діяльності (РФД) та результату фінансово-господарської діяльності (РФГД) [4].

Результат господарської діяльності є сумою коштів, що залишається у розпорядженні підприємства після фінансування виробничого розвитку; показник розраховують за формулою:

$$РГД = БРЕІ – ΔФЕП – ΔОФ + ІД, \quad (1)$$

де *БРЕІ* – брутто-результат від експлуатації інвестицій;

ΔФЕП – зміна фінансово-експлуатаційних потреб;

ΔОФ – зміна первісної вартості основних фондів за звітний період;

ІД – інші доходи [4].

Результат фінансової діяльності є зміною обсягу заборгованості підприємства, скоригованою на обсяг фінансових витрат (відсотків за кредит), дивідендних і податкових виплат; його розраховують за формулою:

$$РФД = ΔПК – Вф – ПП – Д + Дук – Вук – ФІд + Дф, \quad (2)$$

де *ΔПК* – 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].

Результати розрахунків подано в табл. 1 [4].

Таблиця 1

Розрахунок показника результату господарської діяльності

Показник	Умовні позначення	2014	2015	2016
1. Додана вартість	*ДВ*	1149	1024	978
1.1. Вартість виробленої продукції	*ТП*	903	881	861
1.2. Запаси готової продукції	*ГПср*	0	0	0
1.3. Незавершене виробництво	*НЗВср*	0	0	0
1.4. Вартість спожитих матеріальних засобів виробництва	*МВ*	246	143	117
2. Брутто-результат від експлуатації інвестицій	*БРЕІ*	690,8	657,23	568,31
2.1. Податок на додану вартість	*ПДВ*	129,2	155,76	220,68
2.2. Витрати на оплату праці	*ВП*	83	68	72
2. 3. Обов'язкові платежі, що є пов'язаними з оплатою праці	*ОП*	246	143	117
2.4. Усі податки та податкові платежі, крім податку на прибуток	*П*	31	26	26
3. Зміна величини фінансово-експлуатаційних потреб	*Δ ФЕП*	0	112,2	-21,4
3.1. Матеріальні запаси на початок періоду	*Започ.*	4	4	24,2
3.2 Матеріальні запаси на кінець періоду	*Запкін.*	4	24,2	6,90
3.3. Дебіторська заборгованість підприємства на початок періоду	*ДЗпоч*	264,1	264,1	349,1
3.4. Дебіторська заборгованість підприємства на кінець періоду	*ДЗкін*	264,1	349,1	349,1
3.5. Кредиторська заборгованість підприємства на початок періоду	*Крпоч*	67,1	67,1	60,1
3.6. Кредиторська заборгованість підприємства на кінець періоду	*Кркін*	67,1	60,1	64,2
3.7. ФЕП на початок періоду	*ФЕП1*	201	201	313,2
3.8. ФЕП на кінець періоду	*ФЕП2*	201	313,2	291,8
4. Виробничі інвестиції	*ВІ*	0	0	-117,6
5. Звичайні продажі майна	*ПМ*	0	0	0
Результат господарської діяльності	*РГД*	690,8	545,03	707,31

Результат фінансово-господарської діяльності дає змогу оцінити обсяг вільних грошових коштів підприємства після фінансування ним усіх витрат виробничого розвитку, його розраховують за формулою:

$$РФГД = РГД + РФД, \quad (3)$$

де *РГД* – результат господарської діяльності;

РФД – результат фінансової діяльності.

Результати розрахунків подано в табл. 2 [4].

Таблиця 2

Розрахунок показника результату фінансової та фінансово-господарської діяльності

Показник	Умовні позначення	2014	2015	2016
1. Зміна позикових коштів підприємства	*ПК*	0	0	0
2. Відсотки банку	*ВБ*	0	0	0
3. Податок на прибуток	*ПП*	0	0	0
4. Виплачені дивіденди	*ВД*	0	0	0
5. Суми, отримані від емісії акцій	*ЕА*	0	0	0
6. Кошти, вкладені у статутні фонди інших підприємств	*СФ*	-46	-53,5	-53,8
7. Довгострокові фінансові вкладення	*ДФсер*	0	0	0
8. Відрахування, отримані від прибутку заснованих підприємств, і доходи від інших довгострокових фінансових вкладень	*ОПУ*	0	0	0
Результат фінансової діяльності	*РФД*	46	53,5	53,8
Результат фінансово-господарської діяльності	*РФГД*	736,8	598,53	761,11

На підставі значень цих показників здійснюють позиціонування підприємства у матриці фінансових стратегій Франшона–Романе (табл. 3) [4].

Таблиця 3

Позиціонування ТОВ «ВСВ» у матриці фінансових стратегій Франшона–Романе, 2014–2016 рр.

Показники	*РФД* < 0	*РФД* → 0	*РФД* > 0
РГД > 0	1. Батько сімейства *РФГД* → 0	4. Рантьє *РФГД* > 0	6. Материнське товариство *РФГД* >> 0 2014 2015 2016
РГД → 0	7. Епізодичний дефіцит *РФГД* < 0	2. Стійка рівновага *РФГД* → 0	5. Атака *РФГД* > 0
РГД < 0	9. Кризовий стан *РФГД* << 0	8. Дилема *РФГД* < 0	3. Хитка рівновага *РФГД* → 0

Розглянемо положення суб'єкта господарювання у матриці фінансової стратегії та варіанти можливих змін.

Квадрант 1. Батько сімейства. Фактичні темпи приросту капіталу є меншими за можливі, тобто задіяно не всі ресурси; можливий перехід до квадрантів 4; 2; 7.

Квадрант 2. Стійка рівновага. Суб'єкт господарювання не женеться за конкурентами й не є останнім на ринку. У цій ситуації суб'єкт господарювання перебуває в стані фінансової рівноваги і має найбільшу кількість можливих варіантів зміни фінансового положення: квадранти 1; 4; 7; 5; 3; 6.

Квадрант 3. Хитка рівновага. Стан характеризується відсутністю власних вільних засобів і використанням залученого капіталу.

Для усунення негативного ефекту від зростання позикового капіталу суб'єкту господарювання слід:

– прискорити швидкість оборотності фінансових ресурсів, наприклад знизити ціну реалізації продукції (товарів, робіт і послуг), не надавати споживачам (замовникам) відстрочку платежів;

– збільшити власний капітал за рахунок наприклад додаткової емісії акцій. Якщо суб'єкту господарювання вдасться реалізувати подібну фінансову політику, існує можливість переміститися до квадранта 5, інакше – до квадранта 8.

Квадрант 4. Рантьє. Наявність вільних засобів для здійснення проектів за використання позикового капіталу, однак, суб'єкт господарювання не прагне вкладати їх у власне виробництво, а надає товарні кредити своїм споживачам (замовникам); можливий перехід до квадрантів 1; 2; 7.

Квадрант 5. Атака. Надлишок власних засобів дозволяє розширити свій сегмент ринку; можливий перехід до квадрантів 2; 8; 6.

Квадрант 6. Материнське товариство. Суб'єкт господарювання, що перебуває у цьому квадранті, створює дочірні суб'єкти господарювання. Зазвичай це відбувається за рахунок позикового капіталу; можливий перехід до квадрантів 4; 5.

Квадрант 7. Епізодичний дефіцит. Дефіцит ліквідних засобів через неспівпадіння термінів надходження та витрачання засобів; можливий перехід до квадрантів 2; 8; 9.

Квадрант 8. Дилема. Характеризується тим, що, незважаючи на збільшення довгострокових і поточних зобов'язань, суб'єкт господарювання постійно відчуває нестачу ліквідних активів; можливий перехід до квадрантів 7; 9.

Квадрант 9. Кризовий стан. Вказує на збитковість суб'єкта господарювання, його неліквідність і неплатоспроможність. Необхідність зменшувати всі інвестиції або дробити суб'єкт господарювання, існує потреба у фінансовій підтримці; можливий перехід до квадрантів 6; 7.

Таким чином, підприємство ТОВ «ВСВ» потрапило до квадранта 6, що свідчить про посилення можливості активної експансії, повну забезпеченість виробничих потреб і планових обсягів діяльності власними фінансовими ресурсами та сталу фінансову стійкість підприємства. Власних коштів достатньо для виробничого фінансування розвитку, обсяги заборгованості практично не змінюються або змінюються лише в міру фінансових, структура джерел фінансування є оптимальною.

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

Література: 1. Бланк И. А. Финансовая стратегия предприятия. Киев : Ника-Центр ; Эльга, 2006. 520 с. **2.** Вилькомир А. К. Принципы и методы финансовой стратегии предприятий в условиях экономического кризиса. *Аудит и финансовый анализ*. 2011. № 3. С. 115–120. **3.** Гевлич Л. Л. Стратегічна діагностика підприємства : монографія. Донецьк : Юго-Восток, 2007. 198 с. **4.** Гениберг Т. В., Иванова Н. А., Полякова О. В. Сущность и методические основы разработки финансовой стратегии фирмы. *Научные записки НГУЭУ.* 2009. № 4. С. 68–88. **5.** Грант Р. М. Современный стратегический анализ / пер. с англ. под ред. В. Н. Фунтова. СПб. : Питер, 2016. 560 с.

ВПЛИВ НОВИХ ФОРМ ФІНАНСОВОЇ ЗВІТНОСТІ НА ОЦІНКУ ФІНАНСОВОГО СТАНУ ПІДПРИЄМСТВА

УДК 005.915:657.37

Сінянський В. І.

Студент 3 курсу
факультету консалтингу і міжнародного бізнесу ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Розглянуто інформаційні аспекти взаємозв'язку фінансового аналізу та фінансової звітності. Проведено критичний аналіз законодавчих змін щодо фінансової звітності підприємства. Проаналізовано вплив нових форм фінансової звітності на інформаційне забезпечення фінансового аналізу суб'єкта господарювання.*

Ключові слова: *підприємство, суб'єкт господарювання, фінанси, фінансова звітність, фінансовий аналіз, інформаційне забезпечення.*

Аннотация. *Рассмотрены информационные аспекты взаимосвязи финансового анализа и финансовой отчетности. Проведен критический анализ законодательных изменений относительно финансовой отчетности предприятия. Проанализировано влияние новых форм финансовой отчетности на информационное обеспечение финансового анализа предприятия.*

Ключевые слова: *предприятие, субъект хозяйствования, финансы, финансовая отчетность, финансовый анализ, информационное обеспечение.*

Annotation. *Reviewed information aspects of the relationship of financial analysis and financial reporting. Conducted a critical analysis of legislative changes regarding the financial statements of the company. Analyzed the impact of new forms of financial reporting on the information support of the financial analysis of the company.*

Keywords: *enterprise, business entity, finance, financial reporting, financial analysis, information support.*

Останніми роками суттєвих змін зазнали структура та зміст фінансової звітності. Чинні форми фінансової звітності за своїм змістом наближені до міжнародних вимог, водночас окремі зміни в структурі основних форм звітності ускладнюють процедуру аналізу фінансового стану суб'єктів господарювання.

Дослідженням проблем організації аналітичної роботи на підприємстві, а також інформаційного забезпечення фінансового аналізу займалися і займаються чимало науковців, серед них Адамова І. З., Білик М. Д., Городня Т. А., Ілляшенко К. В. та ін. Не применшуючи вагомості наукових напрацювань вчених-економістів, зауважимо, що законодавчі зміни 2013 р. щодо структури фінансової звітності ще не знайшли достатнього опрацювання в їх роботах. Отже, постає необхідність поглиблення та розширення наукових досліджень щодо інформаційного забезпечення оцінки фінансового стану підприємств крізь призму нових законодавчих змін.

© Сінянський В. І., 2018

Метою написання статті є розгляд структури фінансової звітності підприємства крізь призму законодавчих змін, а також конкретизація впливу нових форм фінансової звітності на інформаційне забезпечення аналізу фінансового стану суб'єктів господарювання.

За умов переходу економіки України до ринкових відносин, суттєвого розширення прав підприємств у фінансово-економічній діяльності значно зростає роль фінансового аналізу, який є основним інструментом для прийняття ефективних управлінських рішень. Результативність проведення фінансового аналізу значною мірою залежить від його інформаційного забезпечення.

Для потреб аналізу фінансового стану підприємства широко використовують фінансову звітність. Завдяки об'єктивній фінансовій інформації можна дослідити й проаналізувати зобов'язання та джерела їх покриття, якість активів і швидкість їх обігу, обсяг прибутку (збитку) та витрати діяльності, грошові потоки тощо. Дані фінансової звітності дають змогу розрахувати й оцінити найважливіші показники поточної та минулої діяльності, і передусім це стосується ліквідності, платоспроможності, фінансової стійкості та кредитоспроможності. Позитивна динаміка цих показників є базисом планування, розробки стратегії і тактики функціонування суб'єкта господарювання. Фінансові звіти дають змогу виявити сильні та слабкі сторони фінансової, операційної та інвестиційної діяльності суб'єктів господарювання, вжити необхідних заходів для поліпшення фінансового стану, прийняти рішення, спрямовані на ефективніше вкладення та використання грошових коштів і всіх активів.

Водночас фінансова звітність є не тільки надійним джерелом інформації, але й інструментом контролю, базою для генерації управлінських рішень, основою обґрунтованого вибору економічної стратегії розвитку підприємства [2]. Використання фінансової звітності дає змогу задовольнити інформаційні потреби як внутрішніх, так і зовнішніх користувачів. При цьому корисність звітності для споживачів досягається за рахунок дотримання встановлених вимог до її оформлення [2].

Загальні вимоги до складання фінансової звітності затверджено Наказом Міністерства фінансів України від 07.02.2013 р. № 73 у формі Національного положення (стандарту) бухгалтерського обліку 1 (НП(С)БО 1), яким визначено мету, склад і принципи підготовки фінансової звітності [7]. Слід зазначити, що НП(С)БО 1 запроваджено з 19.03.2013 р. замість раніше діючих стандартів обліку. Передусім це стосується П(С)БО 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності», П(С)БО 2 «Баланс», П(С)БО 3 «Звіт про фінансові результати», П(С)БО 4 «Звіт про рух грошових коштів», П(С)БО 5 «Звіт про власний капітал».

Прийняттям НП(С)БО 1 зумовлено необхідність внесення суттєвих коректив у методологію проведення фінансового аналізу, що потребує поглиблених наукових досліджень щодо його інформаційного забезпечення. Це стосується майже всіх суб'єктів господарювання, оскільки нові форми фінансової звітності використовують як підприємства, що застосовують міжнародні стандарти фінансової звітності, так і підприємства, які ведуть облік відповідно до національних стандартів, за винятком суб'єктів малого бізнесу, які і надалі складають звітність за спрощеною формою [6; 7].

Зауважимо, що з уведенням до дії Національного положення (стандарту) бухгалтерського обліку 1 склад фінансової звітності не змінився, однак, суттєво змінилася її структура, що позначилося на методиці проведення фінансового аналізу.

Зупинимося стисло на змінах щодо перших двох форм фінансової звітності, які є основою інформаційного забезпечення фінансового аналізу. Йдеться про Баланс і Звіт про фінансові результати: кожна з цих форм отримала другу назву – Звіт про фінансовий стан і Звіт про сукупний дохід відповідно. Зміни торкнулися і кількості та назв розділів цих форм. Кількість розділів як у активі, так і пасиві Балансу скоротилася. На сьогодні в активі балансу колишній третій розділ «Витрати майбутніх періодів» відображається окремою статтею другого розділу «Оборотні активи». Зауважимо, що подання інформації про витрати майбутніх періодів після грошових коштів порушує принцип розміщення активів за рівнем зростання їх ліквідності [5].

Другий і третій розділи пасиву об'єднано в один під назвою «Довгострокові зобов'язання та забезпечення». Об'єднання інформації про зобов'язання та гарантії із довгостроковими зобов'язаннями слід розцінювати як позитивний момент для інформаційного забезпечення фінансового аналізу. Йдеться про те, що більшість науковців раніше другий розділ пасиву балансу «Забезпечення витрат і платежів» відносили до власного капіталу. Сучасна структура пасиву балансу відносить їх до складових залученого капіталу, що є повністю виправданим.

Зміни торкнулися і доходів майбутніх періодів, які нині відображаються не окремим розділом пасиву, а приєднані до статей третього розділу «Поточні зобов'язання та забезпечення». Нововведенням у пасиві Балансу став його четвертий розділ під назвою «Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття» [4].

Внесені до фінансової звітності зміни торкнулися не тільки кількості розділів Балансу, але і його статей. Нині кількість статей в Балансі зменшилася через їх укрупнення. Позитивним моментом, який спростив процедуру читання балансу, а також оцінку стану майна підприємства, вважаємо відображення вартості необоротних активів безпосередньо за залишковою вартістю.

Вважаємо недоцільним укрупнення статті «Запаси» та залучення до її складу інформації про виробничі запаси, незавершене виробництво, готову продукцію, а також товари. Йдеться про те, що для потреб розрахунку показників ліквідності підприємства необхідною є інформація в розрізі окремих елементів запасів.

Аналогічні зміни торкнулися грошових коштів, які нині відображаються загальною сумою без їх поділу на валюти. Вважаємо, що укрупнення окремих статей фінансової звітності значно обмежило інформаційне забезпечення фінансового аналізу. Обмежило можливість оцінки стану платіжної дисципліни підприємства вилучення зі складу дебіторської заборгованості за товари, роботи, послуги інформації про суми нарахованого резерву сумнівних боргів [4].

Ускладнили процедуру проведення фінансового аналізу зміни, які відбулися в Звіті про фінансові результати (Звіті про сукупний дохід). Нині для об'єктивного аналізу фінансових результатів недостатньо показників, що містяться у другій формі фінансової звітності. Йдеться про відсутність інформації щодо суми доходу від реалізації товарів (робіт, послуг), яка є необхідною для розрахунку окремих показників рентабельності та ділової активності підприємства. У зв'язку із цим для потреб фінансового аналізу необхідним є використання облікових даних за рахунком 79 «Фінансові результати».

Розширило інформаційне забезпечення аналізу фінансових результатів уведення другого розділу зазначеного звіту під назвою «Сукупний дохід», у якому відображають зміни у власному капіталі підприємства, спричинені переоцінкою необоротних активів, а також накопиченими курсовими різницями [4].

Аналіз структури Звіту про рух грошових коштів і Звіту про власний капітал засвідчує, що ці форми не зазнали суттєвих змін, які б мали істотний вплив на методику оцінки фінансового стану суб'єктів господарювання.

Таким чином, результати аналізу структури існуючих форм фінансової звітності засвідчують зміну методики її складання через укрупнення та перегрупування окремих статей і розділів. Згідно із прийнятими змінами більшість статей у фінансовій звітності показуються в узагальненому вигляді. Внесені до структури фінансової звітності зміни підвищують якість облікової інформації, наближують її до вимог міжнародних стандартів, однак, істотно обмежують інформаційне забезпечення фінансового аналізу. Для об'єктивної оцінки фінансового стану підприємств, окрім стандартних форм фінансової звітності, слід використовувати додаткові джерела інформації, що уповільнює процедуру фінансового аналізу та спричиняє підвищення її трудомісткості.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Сапрун Г. Г.

Література: 1. Адамова І. З., Романчук М. В. Аналіз фінансового стану підприємства: проблемні аспекти та шляхи їх розв'язання. *Вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту.* 2011. № 2. С. 388–395. **2.** Безверхий К. В., Бочуля Т. В. Деякі питання порядку складання вітчизняної фінансової звітності підприємств в контексті законодавчих змін. *Облік і фінанси.* 2013. № 3. С. 25–28. **3.** Білик М. Д. Сутність та оцінка фінансового стану підприємств. *Фінанси України.* 2005. № 3. С. 117–128. **4.** Воськало В. І., Воськало Н. М. Зміни у фінансовій звітності: підвищення якості та гармонізація із міжнародними стандартами. *Науковий вісник НЛТУ України.* 2013. № 23. С. 175–180. **5.** Городня Т. А., Кобзєва С. В. Аналіз фінансового стану та вдосконалення контролю за фінансовими показниками підприємства. *Науковий вісник НЛТУ України.* 2010. № 2. С. 183–187. **6.** Ілляшенко К. В. Інформаційний взаємозв'язок аналізу та бухгалтерської звітності. *Вісник Харківського національного технічного університету сільського господарства ім. П. Василенка.* 2012. № 4. С. 276–188. **7.** Про затвердження Національного положення (стандарту) бухгалтерського обліку 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності» : Закон України від 07.02.2013 № z0336-13 // База даних «Законодавство України» / Верховна Рада України. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0336-13/ed20130207.

ТРУДОВІ РЕСУРСИ УКРАЇНИ: СТАН І ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ

УДК 331.101.262(477)

Скороход К. В.

Студент 3 курсу
факультету консалтингу і міжнародного бізнесу ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Досліджено основні тенденції розвитку трудових ресурсів в Україні. Розглянуто кількісний і якісний склад трудових ресурсів на сучасному етапі розвитку. Запропоновано заходи для мінімізації негативних наслідків процесів у цій сфері.*

Ключові слова: *ринок праці, трудові ресурси, трудовий капітал, кваліфікація, освіта, продуктивність праці, рух трудових ресурсів, демографічний показник, освітній показник, професійний показник, кваліфікаційний показник.*

Аннотация. *Исследованы основные тенденции развития трудовых ресурсов в Украине. Рассмотрены количественный и качественный состав трудовых ресурсов на современном этапе развития. Предложены меры по минимизации негативных последствий процессов в этой сфере.*

Ключевые слова: *рынок труда, трудовые ресурсы, трудовой капитал, квалификация, образование, производительность труда, движение трудовых ресурсов, демографический показатель, образовательный показатель, профессиональный показатель, квалификационный показатель.*

Annotation. *The main trends in the development of labor resources in Ukraine are investigated. The quantitative and qualitative composition of labor resources at the present stage of development are considered. Proposed measures to minimize the negative effects of processes in this area.*

Keywords: *labor market, labor resources, labor capital, qualification, education, labor productivity, movement of labor resources, demographic indicator, educational indicator, professional indicator, qualification indicator.*

Ефективне управління трудовими ресурсами є одним з основних факторів підвищення конкурентоспроможності підприємства. Трудові ресурси є важливою її складовою поруч із такими, як товар, результати його просування, становище підприємства на ринку, фінансовий стан, виробництво, організація, технологія, розглядати які необхідно у комплексі, оскільки їх взаємопов'язаність має вирішальний вплив на конкурентоспроможність підприємства. Проблема розвитку трудових ресурсів в Україні, незважаючи на певні позитивні соціально-економічні перетворення останніх років, залишається актуальною. Без підвищення кількісних та якісних характеристик трудових ресурсів Україна не зможе успішно конкурувати з іншими країнами.

Проблеми трудових ресурсів досліджували чимало науковців, серед них Венедіктов В. С., Прибиткова І. М., Кондратьєв Я. Ю., Римаренко Ю. І., Олефір В. І., Гриньов А. В., Ястремська О. М., Іванілов О. С., Бугуцький О. А., Шепотько Л. І., Якуба К. І. та ін.

Метою написання статті є дослідження формування трудових ресурсів в Україні, аналіз сучасної трудоресурсної ситуації, а також визначення тенденцій і перспектив розвитку в цій сфері.

Стан і розвиток економіки будь-якої держави, як і суспільства загалом, визначається кількістю і складом його населення, його трудовими та творчими можливостями. Поняття «трудові ресурси» до наукового обігу ввів у 1922 р. академік Струмілін С. Г., який запропонував визначати трудові ресурси як основний фонд, що живить собою будь-яке народне господарство, це жива робоча сила певної країни або народу. Будь-яке скорочення або розширення цього фонду має величезний вплив на загальний тип господарського розвитку [3].

Трудові ресурси – це працездатна частина населення країни, яка володіє фізичним розвитком, знаннями, необхідними для заняття суспільно корисною діяльністю. Трудові ресурси акумулюються протягом поколінь і зумовлюють економічну ситуацію в державі та рівень добробуту суспільства. Обсяг трудових ресурсів залежить від чисельності населення, режиму його відтворення, складу відповідно до статі та віку. Основну частину трудових ресурсів країни становить її населення працездатного віці, а також підлітки й особи пенсійного віку, які ще спроможні працювати [3].

Загальним негативним проявом усіх особливостей трудових ресурсів в Україні є неповне їх використання і відносно невисока річна продуктивність праці. Змінами у складі та чисельності населення зумовлено трансформацію в кількісному та якісному складі трудових ресурсів. Кількісні показники складаються з даних про чисель-

© Скороход К. В., 2018

ність і склад трудових ресурсів відповідно до статі, віку, місця проживання. Якісні показники охоплюють освітній рівень, професійно-кваліфікаційну структуру та інші характеристики трудових ресурсів. Якісний склад трудового потенціалу країни відображає його інтенсивну складову: освітній рівень, професійно-кваліфікаційну структуру, інші характеристики трудових ресурсів.

Структура трудових ресурсів може розглядатися за різними ознаками: віком, статтю, освітою, професією, релігією, зайнятістю за сферами економіки, місцем проживання та ін. Структуру трудових ресурсів з економічної точки зору подано на рис. 1 [5].

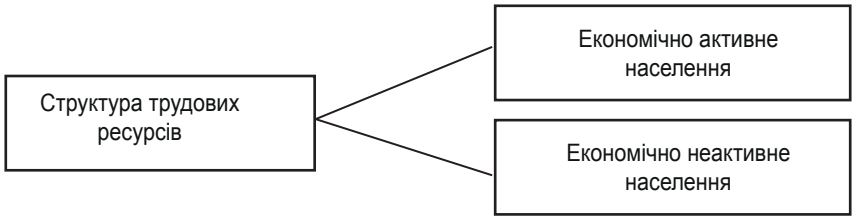


Рис. 1. **Структура трудових ресурсів**

Економічно активне населення – це сукупність працездатних зайнятих і безробітних громадян, які забезпечують пропозицію робочої сили на ринку праці для товарного виробництва і сфери послуг у певному періоді. Економічно неактивне населення з певних причин не створює пропозиції робочої сили на ринку праці [5].

Нині кожна людина в Україні має захищене Конституцією право займатися будь-якими видами трудової діяльності. Розрізняють фактичну здатність фізичної особи до праці і здатність до праці як правову категорію, тобто трудову правосуб'єктність. Фактична здатність до праці виникає у вигляді елементарних трудових навичок і може мати місце уже на третьому-четвертому році життя дитини. Вона розвивається разом із тим, як розвиваються розумові здібності, міцніє фізично організм. Законодавство ж визнає за фізичними особами здатність бути суб'єктами трудового права з моменту появи здатності до систематичної, регламентованої нормами трудового права праці [4].

Загальна працездатність – це загальна здатність до праці на підставі наявних фізичних, розумових, психофізіологічних якостей і вікових характеристик. Спеціальна працездатність – це здатність до конкретного виду трудової діяльності на підставі отриманих спеціальних знань, умінь, навичок і з огляду на стан здоров'я, вік, стать, громадянство тощо. Зауважимо, що переважною частиною трудових ресурсів України є чоловіки віком від 16 до 59 років і жінки віком від 16 до 54 років [2].

Демографічні показники є визначальним фактором кількісного складу трудових ресурсів, їх первинною основою є чисельність населення (табл. 1) [2].

Таблиця 1

Динаміка зміни чисельності населення в Україні, 2010–2017 рр., тис. осіб

Населення/ Рік	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Чисельність населення	45782,6	45598,2	45453,3	45372,7	45245,9	42759,7	42590,9	42414,9
0–15 років	6982,6	6982,6	6993,1	7047,7	7120,1	6816	6856,3	6887
0–17 років	8081,1	8081,1	7971,6	7990,4	8009,9	7614,7	7614	7615,6
16–59 років	29328,6	29090,1	28842,2	28622,9	28372,5	26613,3	26317,4	25982
15–64 роки	32130,2	32137	31993,3	31846,8	31606,4	29634,7	29327,7	29011,9
65 років і більше	7168,8	6965,2	6928,5	6905,3	6928,8	6675,8	6768,9	6867,5

Бачимо (табл. 1), що протягом досліджуваного періоду відбувається зменшення чисельності населення.

Аналізуючи фактори впливу на стан ситуації з трудовими ресурсами в Україні, зауважимо, що деформація структури трудових ресурсів поглиблювалася внаслідок тривалого спаду в економіці та посилення кризових явищ у соціально-економічній сфері.

Вважаємо, що для врегулювання непростої ситуації, що склалася в Україні з трудовими ресурсами, необхідно вжити таких заходів:

– у демографічній сфері провести експертизу існуючих проектів, програм соціально-демографічного розвитку держави, що орієнтовані на забезпечення повного відтворення населення, поліпшення стану здоров'я та

збільшення тривалості життя; розширити види та збільшити кредитування на демографічні цілі, зокрема надання пільгових кредитів молодим сім'ям з дітьми;

– у професійно-кваліфікаційній та освітній сферах розробити механізм прогнозування професійних потреб економіки задля формування висококваліфікованих трудових ресурсів; запровадити зворотний зв'язок між існуючими реальними потребами ринку праці та програмами навчальних закладів, що готують спеціалістів; забезпечити гарантії працевлаштування за фахом випускникам після здобуття ними освіти через укладання договорів між випускниками та підприємствами.

Таким чином, трудові ресурси характеризуються сукупністю специфічних рис, пов'язаних передусім з їх соціально-економічним характером, який виявляється переважно у відмінностях трудових від решти економічних ресурсів. Необхідно розробляти стратегії управління персоналом з урахуванням сучасного світового досвіду, створювати нові системи навчання та розвитку персоналу підприємства. Інвестування у розвиток людського капіталу дає змогу досягти не тільки короткострокового економічного успіху, а й закласти підґрунтя для формування позитивних довгострокових тенденцій у розвитку національної економіки та кожного окремого підприємства.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Сапрун Г. Г.

Література: 1. Лавриненко С. І. Сучасний стан та перспективи розвитку трудових ресурсів в Україні. *Соціально-економічна політика.* 2009. № 7. С. 114–118. **2.** Статистична інформація // Офіційний сайт Державної служби статистики України. URL: http://www.ukrstat.gov.ua. **3.** Давидюк Т. В. Трудові ресурси, трудовий потенціал, робоча сила, людський капітал: взаємозв'язок категорій. *Вісник Житомирського державного технологічного університету.* 2009. № 1. С. 32–38. **4.** Гриньов А. В., Ястремська О. М. Якість формування фінансової стратегії підприємства. *Фінанси України.* 2006. № 6. С. 121–128. **5.** Іванілов О. С. Економіка підприємства : підручник. Київ : Центр навч. літ., 2011. 728 с.

WHAT IS SEO AND HOW IT IMPACTS ON BUSINESS

UDC 330.101

V. Sorokoletova

The 4-th year student
of the Faculty of Economic Informatics of KhNEU S. Kuznets

Annotation. *The role and importance of search engine optimization (SEO) as a key strategy to improve the effectiveness of marketing activities are considered. The influence of various factors on search engine optimization and business success is substantiated.*

Keywords: *marketing, business, e-commerce, online marketing, SEO, search engines, keywords, search engine optimization, website optimization.*

Анотація. *Розглянуто роль і значення пошукової оптимізації (SEO) як ключової стратегії підвищення ефективності маркетингової діяльності. Обґрунтовано вплив різних факторів на пошукову оптимізацію та на успіх бізнесу.*

Ключові слова: *маркетинг, бізнес, електронна комерція, онлайн-маркетинг, SEO, пошукові системи, ключові слова, пошукова оптимізація, оптимізація сайту.*

© V. Sorokoletova, 2018

Аннотация. *Рассмотрены роль и значение поисковой оптимизации (SEO) как ключевой стратегии повышения эффективности маркетинговой деятельности. Обосновано влияние различных факторов на поисковую оптимизацию и на успех бизнеса.*

Ключевые слова: *маркетинг, бизнес, электронная коммерция, онлайн-маркетинг, SEO, поисковые системы, ключевые слова, поисковая оптимизация, оптимизация сайта.*

Introduction. The article deals with the search engine optimization (SEO) which is a crucial strategy to enhance the visibility of marketing efforts in business. This article is primarily based and aimed at the analysis of various factors that influence search engine optimization and its impact on business success. It encompasses how the SEO has been changing over the time and shows the contrasts to the trending factors that might still be effective.

The *purpose* of writing the article is to study how the SEO can influence on business. The results of the paper can be practically applied in the future research work. The topicality of this research is determined by the fact that there are many problems with competitiveness of companies in business.

Novelty of the article lies is in the complex justification SEO factors influencing on business.

To understand SEO, you need to understand search engines. A search engine is a piece of software that crawls the internet and indexes its pages in order to provide the best website recommendations based on a user's search query. And they use complex, ever-changing algorithms to do that. As search engine bots crawl and index webpages, links serve as bridges that let them reach the billions of interconnected pages on the internet. From there, search engines are able to analyze and understand the contents of each page. When a user performs a search, they provide the best answer possible based on their algorithm specifications, ranking the results according to what they deem most relevant [3].

The factors that search engines use to rank results include social media engagement, off-site optimization, topical authority, latent semantics, mobile friendless, local optimization, domain authority, and much more. That's where search engine optimization (SEO) comes in. SEO is the process of implementing strategies and techniques (both on site and off site) in an effort to achieve a higher rank in search results. Typically, the higher a site is in search results, the more visitors it receives [1].

Although SEO is just part of the online marketing mix, it's instrumental in boosting traffic to your online business. After all, most online shoppers start the buying process by using a search engine. If you have a well-optimized site, you'll rank higher in search results and increase the chance of a potential shopper finding and shopping with you [5].

SEO is important whether you're a seasoned ecommerce veteran or just starting to sell online. Optimizing your site will be a continuous process, as search engines are constantly surveying the internet to index and rank pages. Although BigCommerce has a lot of SEO features built in to help you (like optimized URLs, automated canonical tags and many other technical elements), you'll need to earn your spot in the search engine rankings and work to maintain it [4].

Search Engine Optimization Services. There are a variety of search engine optimization services which offer solutions for a ranking issues and deficiencies. Depending on goals, needs, or a combination, all of the below services may suite for website.

Website SEO Audit

An SEO Audit is a health check for a website. It looks at the technical infrastructure of a website, the on-page elements and off-page essentials to optimize Search engine visibility, usability and convertions.

On-page SEO

On-page SEO is the process of implementing the necessary changes recommended by an SEO Audit.

SEO Content Development

SEO content development is the process of creating website content which can come in a variety of forms, including text, searchable databases, web tools, and others.

Link Development

Link development is a process of purchasing links from other websites.

Code Optimization

Code optimization is a service you can expect at the highest levels of search engine optimization services, as it involves an overhaul of your website HTML [3; 5].

SEO integration in companies. Let's consider some companies that used SEO for their business.

Nike Golf

– *Background*

Nike is one of the most popular worldwide brand known for manufacturing height quality sports wears, apparels, and equipment.

– *Challenges*

Nike was struggling to rank for non-branded keywords which were limiting the potential to reach a wide range of golf enthusiasts, build brand image and product promotion. The website was built on a platform that lacked flexibility in implementing technical techniques for improving crawling and indexing process, which presented a challenge in ranking for the brand and athletic focused broad keywords.

– *Implemented SEO techniques*

Due to the technical limitation in performing on-page optimization, the SEO technique was concentrated on achieving page authority for Nike Golf using social media and offline activities. In addition, the website was integrated with new additional technology making it indexable to the search engine and rank for the pre-existing contents.

– *Outcome*

The website was able to increase organic search traffic by 348 % and traffic for non-branded keywords by 250 % between 2011 and 2012. In addition, taking platform flexibility into consideration, the new Nike Golf 360 was launched in HTML5 based platform [5].

Talkpoint

– Background

Talkpoint is a company offering webcast software and services to companies to enhance the business communication.

– *Challenges*

After implementation of on-page and off-page SEO, Talkpoint was still unable to rank due to high competition in the market. Thus, there was a need for further optimization in order to increase relevancy and establish the authority of their site for improving visibility in the organic SERPs.

– *Implemented SEO techniques*

After running extensive SEO audit on the website, all the crawl errors and broken links were rectified. To enhance the relevancy of the content, heading, titles, content text and descriptions of all the existing important web pages were modified using appropriate keywords [4].

– *Outcome*

The company website succeeds to rank on the first page of Google search result page for 50 % of targeted keywords, out of which one landed № 1 position [4; 5].

Conclusion. Analyzing abovementioned data of global search engine market share, SEO integration in companies and case studies results, it can be assumed that SEO has a broad potential in digital market to enhance business growth and should be integrated as a core element in every marketing tasks.

Supervisor – teacher Polezhaeva O. V.

Literature: 1. Business Management. URL: http://www.rrbizmanagement.com/6901.html. **2.** Knowles M. The History of Search Engine Optimization. URL: https://books.google.com.ua/books?isbn=1526455447. **3.** SEO tutorial: What is SEO? URL: https://www.clickminded.com/learn-how-seo-works. **4.** DeMers J. 5 Ways Small Businesses Can Compete With Giants in SEO. URL: https://www.entrepreneur.com/article/238620. **5.** Fishkin J. The beginners guide to SEO. URL: https://moz.com/beginners-guide-to-seo.

ФАКТОРИ ВПЛИВУ НА ФІСКАЛЬНИЙ ПОТЕНЦІАЛ РЕГІОНУ

УДК 336.26

Старіков А. В.

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

Анотація. *Розглянуто найпоширеніші методи оцінки фіскального потенціалу. Проаналізовано та відібрано фактори, що істотно впливають на фіскальний потенціал. На підставі їх сукупного впливу побудовано матрицю зв'язаності факторів, графічно подану у вигляді когнітивної карти.*

Ключові слова: *податок, оподаткування, податковий потенціал, фіскальний потенціал, економічний потенціал, національний дохід, податкова автономія, децентралізація.*

Аннотация. *Рассмотрены наиболее распространенные методы оценки фискального потенциала. Проанализированы и отобраны факторы, существенно влияющие на фискальный потенциал. На основании их совокупного влияния построена матрица связанности факторов, графически представленная в виде когнитивной карты.*

Ключевые слова: *налог, налогообложение, налоговый потенциал, фискальный потенциал, экономический потенциал, национальный доход, налоговая автономия, децентрализация.*

Annotation. *Considered the most common methods for assessing fiscal potential. Analyzed and selected factors that significantly affect the fiscal potential. Based on their cumulative effect, a matrix of factors connectedness is constructed, graphically represented in the form of a cognitive map.*

Keywords: *tax, taxation, tax potential, fiscal potential, economic potential, national income, tax autonomy, decentralization.*

За умов децентралізованого формування системи управління економікою держави або регіону особливого значення набуває дослідження факторів і стимулів впливу з метою підвищення ефективності дієвості управління бюджетами на місцевому та регіональному рівнях. Значна частина проблем є пов'язаною саме із точністю визначення фіскального потенціалу регіону.

Відповідно до поставленого завдання, яке науковці (Каламбет С. В., Остимчук Г. В., Краснова Т. Д., Скоромцова Т. А., Борщ А. Г., Долженко І. І. та ін.) ставлять перед собою, пропонуються різноманітні тлумачення та різні методи оцінки фіскального потенціалу. Чимало досліджень присвячено питанню визначення фіскального потенціалу задля оптимізації розрахунків міжбюджетних трансфертів фіскального вирівнювання та стимулювання бюджетів до фіскальної автономії.

Для повної та розширеної оцінки значущості фіскального потенціалу для економіки регіону доцільно провести аналіз факторів впливу на цей показник. У літературі подано різні підходи до оцінки фіскального потенціалу. [1–5].

Кількісна оцінка податкового потенціалу передбачає вирішення двох ключових завдань: визначення власне фіскального потенціалу (тобто тієї частини сукупних фінансових ресурсів, які можуть розглядатися як потенційні податкові ресурси) та визначення гранично допустимого податкового навантаження (норми оподаткування) для окремого регіону (групи регіонів) з урахуванням збалансованості інтересів усіх учасників міжбюджетних взаємовідносин та об'єктивно зумовленого і прозорого перерозподілу коштів між бюджетами в цілях вирівнювання рівня бюджетної забезпеченості регіонів і муніципальних утворень [1].

У вітчизняній літературі визначено, що фіскальний потенціал залежить від стану народного господарства, податкового законодавства та політики, зовнішньої торгівлі та ін. Показник визначають як суму податків, тобто середню суму зібраних податків і зборів за кілька останніх років відповідно до чисельності населення, площі та ін. [2].

З огляду на досвід зарубіжних країн розглянемо основні фактори, що визначають фіскальний потенціал.

1. Чисельність населення: на значну частину фіскального потенціалу впливає збільшення національного доходу та темпи зростання чисельності населення. Якщо темп зростання сукупного національного доходу перевищує темп зростання чисельності населення, дохід на душу населення зростає. Якщо темпи зростання населення перевищують національний дохід, фіскальний потенціал зменшується.

© Старіков А. В., 2018

2. Розподіл національного доходу: якщо в країні існує нерівномірний розподіл багатства, фіскальний потенціал нації буде високим, і навпаки. Особа, яка заробляє 50 000 дол. на місяць, здатна сплатити уряду більше, ніж тридцять осіб, які заробляють 300 дол. на місяць [4].

Перспективним, на думку Борщ А. Г. та Долженко І. І., є метод репрезентативної податкової системи, за якого при обчисленні використовують кілька показників потенційного доходу регіону, наприклад показники податкових баз і ставок податків, прогнозні показники соціально-економічного розвитку регіону та ін. За цим методом розраховують прогнозне значення потенційних надходжень у бюджет із застосуванням стандартних або середніх по всій країні податкових ставок. Важливо враховувати, що вдосконалення методу спричиняє застосування додаткових непрямих методів оцінки податкової бази, що передбачає використання макроекономічних показників, таких як середній дохід на душу населення, чисельність населення, товарообіг, валовий регіональний продукт, прибуток підприємств, обсяг експорту та ін. Показники є основою для побудови регресійних моделей, на підставі яких прогнозується надходження від різних податків і зборів [3].

Основні підходи до оцінки фіскального потенціалу регіону подано на рис. 1 [3; 5].

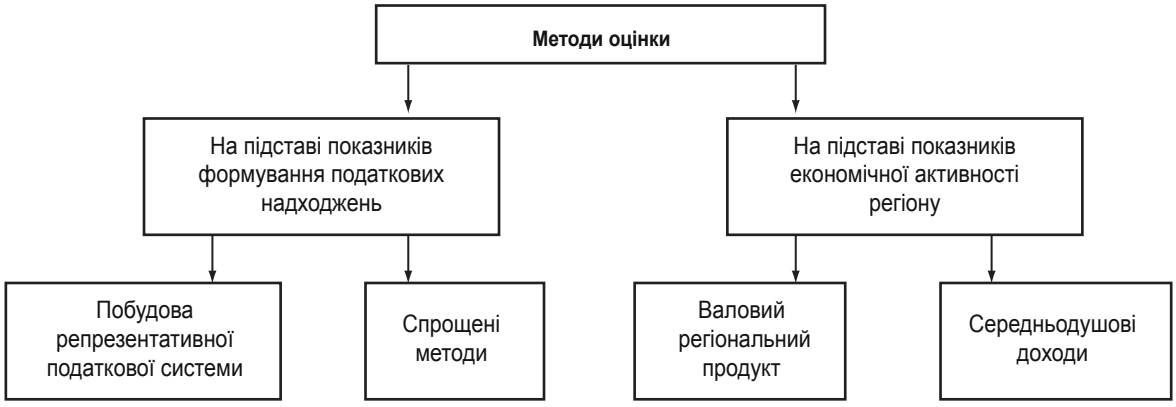


Рис. 1. **Класифікація методів оцінки податкового потенціалу регіону**

Найпопулярнішими можна вважати спрощені методи оцінки: коефіцієнт податкових можливостей місцевих органів влади (доходи регіону на душу населення порівняно із середнім показником доходів у країні на душу населення) або індекс податкового потенціалу (валовий регіональний продукт і валовий регіональний продукт на душу населення).

На підставі аналізу впливу різноманітних факторів на фіскальний потенціал відібрано основні, які мають найбільший вплив на досліджувану категорію. Взаємозв'язок факторів подано в табл. 1 [5].

Таблиця 1

Матриця зв'язаності факторів фіскального потенціалу

Фактор-причина	Фактор-наслідок					
	1	2	3	4	5	6
1. Податкова база					0,5	–0,2
2. Тіньова економіка					–0,35	
3. Кількість населення	0,2					
4. Розподіл національного доходу		–0,3	0,1			
5. Фактичні надходження до бюджету						
6. Кількість податків		0,5			0,4	

У табл. 1 подано шість основних факторів, які сукупно впливають на значення фіскального потенціалу, представлені у вигляді матриці зв'язаності, яка демонструє взаємозв'язок цих факторів. Система вимірювання матриці взаємозв'язку: фактор не впливає – [0,1..0,2]; слабо підсилює – [0,3..0,4]; помірно підсилює – [0,5..0,6]; істотно підсилює – [0,7..0,8] і дуже істотно підсилює – [0,9..1,0]. Із найвпливовіших можна виокремити кількість податків і податкову базу. На підставі даних табл. 1 побудовано когнітивну карту факторів впливу на показник фіскального потенціалу (рис. 2) [4].

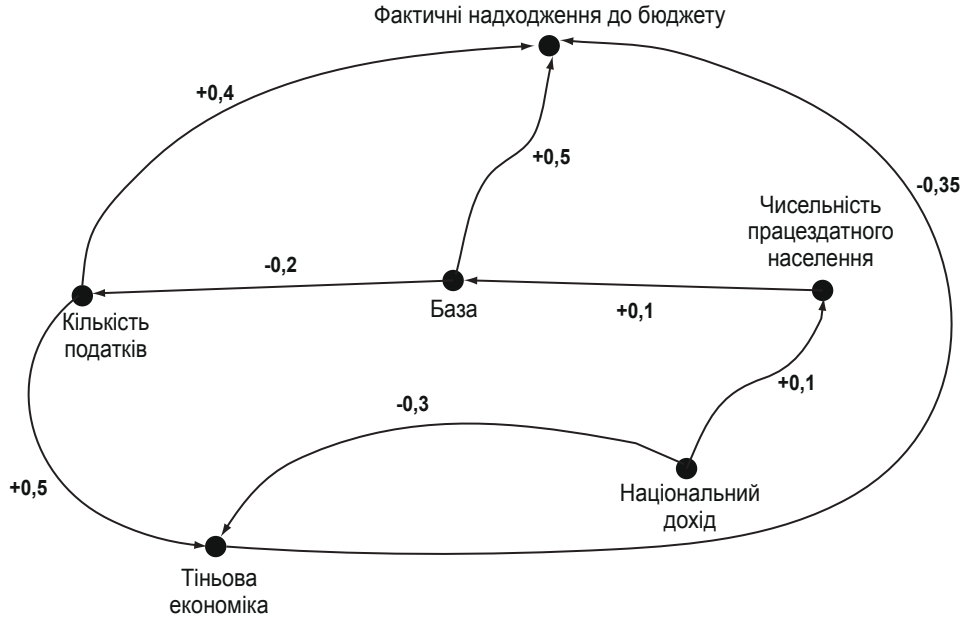


Рис. 2. **Когнітивна карта факторів впливу на значення фіскального потенціалу**

Примітка. Побудовано автором

Когнітивна карта демонструє, що такі фактори, як податкова база та кількість податків, мають найбільший вплив на значення фіскального потенціалу. У своїй сукупності, наприклад, за збільшення розподілення національного доходу, зменшується рівень тіньової економіки та в певному розумінні збільшується кількість працездатного населення. За збільшення кількості працюючого населення зростає податкова база і відповідно фактичні надходження податкових платежів до бюджету. Водночас за збільшення податкової бази кількість податків (або показник податкової ставки) може незначно зменшитися, що впливає на фактичні надходження до бюджету.

Підсумовуючи теоретичні розробки оцінки фіскального потенціалу, можна зробити висновок, що на сьогодні найперспективнішим вважають метод репрезентативної податкової системи, який ураховує при обчисленні показники потенційного доходу регіону. До того ж при розрахунку фіскального потенціалу слід зважати на гранично допустимий показник податкового навантаження, ураховуючи інтереси всіх учасників міжбюджетних взаємовідносин для прозорого та ефективного вирівнювання бюджетів регіонів і муніципальних утворень [6].

Показник податкового навантаження було представлено у вигляді двох факторів – податкової бази та кількості податків (або податкової ставки). Проаналізовано взаємозв'язок факторів, що істотно впливають на значення показника фіскального потенціалу. Для оцінювання впливу факторів показник фактичних надходжень до бюджету обрано як кінцевий, тобто такий, що є складовою фіскального потенціалу. Його залучено до дійсної бази оподаткування, а у підсумку із прогнозованою базою він становить фіскальний потенціал. Логічно стверджувати, що інші розглянуті фактори майже однаково можуть впливати як на фактичне, так і на прогнозоване значення надходжень до бюджету [4].

Таким чином, з огляду на взаємозв'язок факторів і вагу їх впливу на досліджуване явище, важливо зважати на необхідність поглибленого дослідження бази оподаткування та її впливу на податкові надходження до бюджету. Доцільними є подальший аналіз і розробка методу розрахунку фіскального потенціалу на підставі відібраних факторів з урахуванням критично важливого значення – податкового навантаження.

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

Література: 1. Коломиец А. Л., Мельник А. Д. О понятиях налогового и финансового потенциалов региона. *Налоговый вестник.* 2000. № 1. С. 5–13. **2.** Данілов О. Д., Паєнтко Т. В. Фінанси підприємств у запитаннях і відповідях : навч. посіб. Київ : Центр навч. літ., 2011. 256 с. **3.** Борщ А. Г., Долженко І. І. Податковий потенціал та його вплив на міжбюджетне регулювання. *Фінанси та оподаткування.* 2011. № 4. С. 101–114. **4.** Краснова Т. Д., Скоромцова Т. А. Податковий потенціал регіонів України: теорія, методологія, оцінка. Ірпінь, 2008. 234 с.

5. Редько І. М. Оцінка податкового потенціалу територій України в умовах реформування місцевих фінансів. URL: http://www.rusnauka.com/24_NNP_2012/Economics/15_115716.doc.htm. **6.** Besley T. J.; Persson T. Public Finance and Development. URL: https://eml.berkeley.edu/~burch/Besley-Persson-handbook-2011.pdf. **7.** Taxable Capacity: Definition and Explanation of Taxable Capacity. URL: http://www.economicsconcepts.com/taxable_capacity.htm.

АНАЛІЗ СТАНУ БЮДЖЕТНОЇ ПОЛІТИКИ УКРАЇНИ

УДК 351.82:32

Супрун А. О.

Студент 2 курсу
фінансового факультету ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Розглянуто сутність і зміст бюджетної політики України. Виявлено недоліки бюджетної політики України у 2013–2017 рр. Проаналізовано основні завдання бюджетної політики України на 2018–2020 рр.*

Ключові слова: *бюджетна політика, державний бюджет, державні доходи, державні видатки, дефіцит державного бюджету, соціально-економічний розвиток.*

Аннотация. *Рассмотрены сущность и содержание бюджетной политики Украины. Выявлены недостатки бюджетной политики Украины в 2013–2017 гг. Проанализированы основные задачи бюджетной политики Украины на 2018–2020 гг.*

Ключевые слова: *бюджетная политика, государственный бюджет, государственные доходы, государственные расходы, дефицит государственного бюджета, социально-экономическое развитие.*

Annotation. *The essence and content of the budget policy of Ukraine are considered. The shortcomings of the budget policy of Ukraine in 2013–2017 are revealed. The main tasks of the budget policy of Ukraine for 2018–2020 have been analyzed.*

Keywords: *fiscal policy, state budget, government revenues, government spending, state budget deficit, socio-economic development.*

Проблематика дослідження з огляду на значення бюджетної політики для суспільства, її роль у забезпеченні фінансової стабільності держави, питання змісту та формування цієї політики перебуває в центрі уваги провідних науковців-економістів і практиків. Дослідженням цього питання займалися і займаються чимало вітчизняних науковців, серед них Геєць В., Жибер Т., Василик О., Куценко Т., Мочерний С., Пасічник Ю., Булгаков С., Плужніков І., Федосов В., Юрій С., Ярошенко Ф. та ін.

Метою написання статті є розкриття змісту бюджетної політики України, виявлення її недоліків та узагальнення завдань на майбутні планові періоди.

Бюджетна політика є спрямованою на оптимізацію та раціоналізацію формування державних доходів і використання державних фінансових ресурсів, підвищення ефективності державних інвестицій у економіку, узгодження загальнодержавних і місцевих інтересів у сфері міжбюджетних відносин, регулювання державного боргу та забезпечення соціальної справедливості при перерозподілі національного доходу.

Стратегічною метою бюджетної політики є створення державою необхідних економічних, правових та організаційних засад щодо підвищення ролі бюджету як інструменту формування й оптимального розподілу фінансових ресурсів між різними ланками бюджетної системи для ефективного її розвитку, спрямованого на економічне зростання та підвищення життєвого рівня населення [3].

© Супрун А. О., 2018

За останні роки (2013–2017 рр.) бюджетна політика в Україні під впливом політичних та організаційних факторів зазнала значних змін, при цьому вона не відзначалася стабільністю та послідовністю. Зміни у складі урядових команд призводили не тільки до запровадження різних важелів її реалізації. Суттєві корективи вносилися також у визначення цілей і пріоритетів бюджетної політики, що спричинило її різноспрямований вплив на розвиток економіки та розв'язання соціальних проблем.

За цей період спостерігалося зниження результативності бюджетної політики, передусім у сфері розвитку економіки. Мало місце різке погіршення показників економічної динаміки у сукупності. Намагання розв'язати гострі соціальні проблеми шляхом істотного збільшення обсягів перерозподілу ресурсів через державний бюджет без забезпечення реального підґрунтя для досягнення цієї мети не дало очікуваного результату. За таких умов постало питання переорієнтації бюджетної політики на нові цілі та пріоритети.

Уряд підкреслив необхідність переходу від моделі економічного розвитку, орієнтованого на стимулювання споживання, до моделі стимулювання інвестиційної активності й розвитку вітчизняного виробництва. Для цього, на його переконання, слід проводити активну політику підтримки національного виробника, вітчизняного експорту й розвитку імпортозамінного виробництва [2].

Дослідження основних напрямків надходжень до бюджету держави дає підстави стверджувати, що протягом цього періоду головними завданнями у цієї сфері були посилення соціальної орієнтації бюджету, забезпечення ефективного використання бюджетних коштів, реформування системи міжбюджетних відносин, сприяння розвитку інвестиційної та інноваційної сфер, удосконалення бюджетного процесу та посилення контролю у бюджетній сфері.

Однак, зважаючи на той факт, що ці завдання щорічно декларуються у відповідному документі, можна зробити висновок про неефективність бюджетної політики й низьку результативність уповноважених органів державної влади щодо оптимізації та трансформації сфери державних фінансів [3].

Одним з основних завдань бюджетної політики є реформування взаємовідносин у бюджетній системі у напрямку забезпечення самостійності місцевих бюджетів.

Основними завданнями бюджетної політики на 2018–2020 рр. є:

– забезпечення збалансованості та стійкості бюджетної системи шляхом збереження з урахуванням податкового законодавства частки перерозподілу валового внутрішнього продукту через зведений бюджет на рівні, не вищому, ніж ураховано під час затвердження державного бюджету України на 2017 р.;

– установлення граничного обсягу дефіциту державного бюджету на рівні 2,4 % валового внутрішнього продукту у 2018 р., 2,2 % валового внутрішнього продукту у 2019 р. і 2 % валового внутрішнього продукту у 2020 р.;

– здійснення платежів за державним боргом вчасно й у повному обсязі;

– фінансування дефіциту державного бюджету у запланованих обсягах переважно шляхом здійснення внутрішніх запозичень;

– збільшення в структурі державного боргу частки внутрішнього боргу шляхом розширення переліку потенційних інвесторів у облігації внутрішньої державної позики та стимулювання ліквідності на вторинному ринку [4].

Таким чином, результати проведеного дослідження дають підстави говорити про неефективність бюджетної політики держави, що проявляється у перманентному дефіциті державного бюджету; нераціональній структурі доходів і видатків; посиленні споживацьких тенденцій серед бюджетів нижчих рівнів, які, у свою чергу, характеризуються низькою фінансовою самодостатністю; наявністю низки порушень у бюджетному процесі тощо. Хронічний характер цих проблем, зокрема великого відсотка зовнішньої заборгованості країни, підтверджує актуальність і важливість їх вирішення.

Однак, реалізація поставленого завдання є можливою лише за умови фундаментальної трансформації не окремих аспектів бюджетної політики, а забезпечення комплексних якісних змін системи загалом, що має бути ініційовано та задекларовано у відповідних нормативних актах і контрольовано вищими органами державної влади. Бюджетна політика має бути спрямована на стимулювання інноваційного розвитку, що сприятиме зміцненню конкурентоспроможності національної економіки, підвищенню якості людського капіталу та зростанню рівня добробуту населення.

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

Література: 1. Бюджетний кодекс України : Закон України від 08.07.2010 № 2456-VI // База даних «Законодавство України» / Верховна Рада України. URL: http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/2456-17. **2.** Жибер Т. Удосконалення процесу бюджетування в Україні. *Фінанси України.* 2009. № 8. С. 76–81. **3.** Величко О. В. Бюджетна політика та

особливості її формування в умовах нестабільності соціально-економічного розвитку. *Економічний вісник Донбасу.* 2010. № 1. С. 83–87. **4.** Про Основні напрями бюджетної політики на 2018–2020 роки : Проект Постанови Кабінету Міністрів України від 15.06.2017 № 6591. URL: http://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc4_1?pf3511=62047.

АНАЛІЗ ДІЯЛЬНОСТІ ЛОМБАРДІВ В УКРАЇНІ

УДК 336.733

Тертична О. І.
Шкрябіль Л. В.

Студенти 3 курсу
фінансового факультету ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Визначено сутність і місце ломбардів на ринку фінансових послуг. Конкретизовано, які послуги надаються ломбардами. Розглянуто особливості діяльності ломбардних установ в Україні. Досліджено основні показники ломбардних установ в Україні у 2015–2018 рр. Проаналізовано фінансовий стан ломбардів, запропоновано напрями покращення їх функціонування.*

Ключові слова: *фінанси, фінансові послуги, ринок фінансових послуг, кредит, кредитування, банк, банківська установа, соціально-економічний спад, ломбарди, ломбардні установи.*

Аннотация. *Определена сущность и место ломбардов на рынке финансовых услуг. Конкретизировано, какие услуги предоставляют ломбарды. Рассмотрены особенности деятельности ломбардных учреждений в Украине. Исследованы основные показатели ломбардных учреждений в Украине в 2015–2018 гг. Проанализировано финансовое состояние ломбардов, предложены направления улучшения их функционирования.*

Ключевые слова: *финансы, финансовые услуги, рынок финансовых услуг, кредит, кредитование, банк, банковское учреждение, социально-экономический спад, ломбарды, ломбардные учреждения.*

Annotation. *The essence and place of pawnshops in the financial services market has been determined. It is specified what services pawnshops provide. The features of the Lombard institutions in Ukraine are considered. The main indicators of Lombard institutions in Ukraine in 2015–2018 were investigated. Analyzed the financial status of pawnshops, suggested ways to improve their functioning.*

Keywords: *finance, financial services, financial services market, credit, lending, bank, banking institution, socio-economic recession, pawn shops, pawn shops.*

Ринок фінансових послуг є одним із ключових елементів фінансової системи країни, ефективне функціонування якого є гарантією стабільного розвитку економічної системи в країні. Однак, сучасний соціально-економічний стан країни не є надійною основою для діяльності й подальшого розвитку всіх секторів національної економіки.

Останнім часом дослідженню теоретичних і практичних основ діяльності ломбардів вітчизняні науковці (Внукова Н., Гонта О., Медвідь С., Науменкова С., Унинець-Ходаківська В.) приділяли чимало уваги. Однак, потребують подальшого поглибленого дослідження особливості діяльності ломбардних установ за сучасних умов, а також перспектив їх розвитку, чим і зумовлено актуальність цієї теми.

Метою написання статті є обґрунтування впливу кризисних явищ на діяльність ринку фінансових послуг, а саме ломбардних установ.

Ломбард – це небанківська кредитно-фінансова установа, виключним видом діяльності якої є надання на власний ризик фінансових кредитів фізичним особам за рахунок власних або залучених коштів, під заставу майна на визначений термін і під відсоток, зберігання речей і надання супутніх послуг, що є пов'язаними з діяльністю ломбарду [3].

© Тертична О. І., Шкрябіль Л. В., 2018

Ломбардні установи завжди користувалися попитом серед населення. Однак, у 2015–2018 рр. спостерігається тенденція зменшення кількості ломбардів (рис. 1) [6].

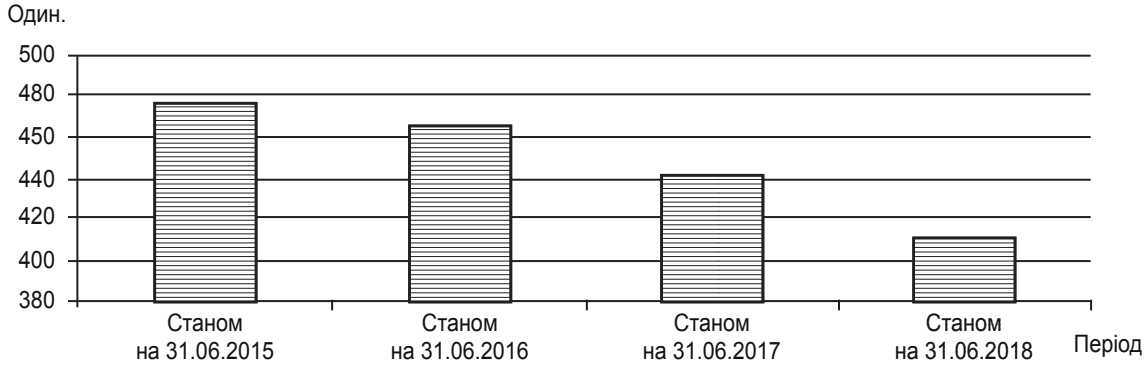


Рис. 1. **Кількість зареєстрованих ломбардів, 2015–2018 рр.**

Бачимо (рис. 1), що протягом останніх років кількість ломбардів зменшилась на 64 од. порівняно з 2015 р. , що у відносному вираженні становить 13,45 %. Незважаючи на негативну динаміку кількості ломбардів, популярність ломбардного кредиту серед населення тим не менш зростає.

На рис. 2 подано динаміку зміни суми та кількості наданих кредитів у 2014–2016 рр. [6].

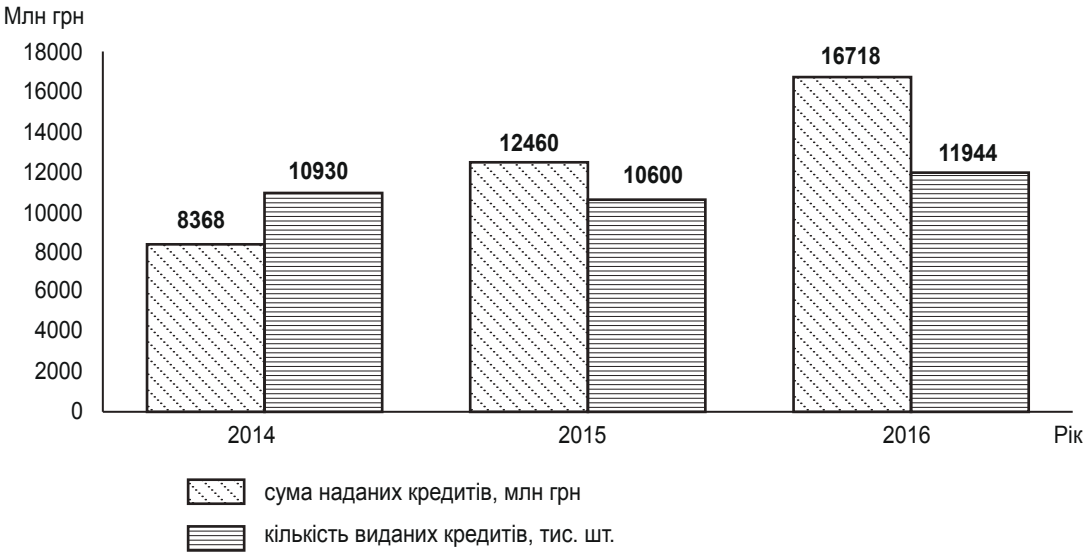


Рис. 2. **Обсяг ломбардного кредитування, 2014–2016 рр.**

Бачимо (рис. 2), що обсяг наданих кредитів збільшився за останні два роки майже вдвічі – з 8368 млн грн у 2014 р. до 16718 млн грн у 2016 р.; збільшилась і кількість виданих кредитів – на 9, 27%.

Причиною такої ситуації є передусім той факт, що наразі ломбарди є головним конкурентом банків. Нині як для фізичних осіб, так і для приватних підприємців малого та середнього бізнесу ломбарди є реальним альтернативним варіантом запозичення коштів. На кількість цих установ також впливають воєнні дії на сході України.

Отже, ломбарди були і залишаються одним із найстабільніших фінансових інститутів для фізичних осіб: вони орієнтовані на видачу дрібних і короткострокових кредитів, виконують функцію соціально-економічних стабілізаторів за умов будь-яких економічних змін [7].

Сучасний ломбардний ринок не може повністю конкурувати з банками, але вони є ефективним посередником на ринку кредитування фізичних осіб. Ломбарди мають низку переваг, серед яких швидкість отримання кредиту порівняно з банками, спроможність швидко реагувати на потреби клієнтів, простота і доступність кредитів для фізичних осіб [8].

Незважаючи на позитивні тенденції розвитку ломбардів, у їх діяльності існують певні проблеми, що очікують на розв'язання для подальшої роботи та зміцнення статусу на ринку фінансових послуг. До них належать

недосконаліть нормативно-правової бази у сфері регулювання ломбардної діяльності, обмеженість відкритості та розкриття інформації щодо вартості кредиту й супутніх послуг, недовіра населення до ломбардів як фінансово-кредитних установ [9].

Вважаємо, що для подальшого розвитку ринку ломбардних послуг слід прийняти низку законодавчих документів, що регулюватимуть діяльність і ліцензування ломбардів, у тому числі Закон України «Про ломбарди і ломбардну діяльність»; створити систему захисту клієнтів ломбардів; забезпечити прозорість діяльності суб'єкта господарювання передусім за рахунок повнішого застосування міжнародних стандартів фінансової звітності та міжнародних стандартів аудиту.

Науковий керівник – канд. екон. наук, викладач Давиденко Д. О.

Література: 1. Внукова Н. М., Пукала Р., Смоляк В. А. Євроінтеграційні аспекти розвитку ринків фінансових послуг : монографія. Харків : Ексклюзив, 2018. 178 с. **2.** Гонта О. І. Стан та перспективи розвитку ломбардів в Україні. *Вісник Чернігівського державного технологічного університету.* 2011. № 2. С. 233–241. **3.** Медвідь С. М. Діяльність ломбардів в сучасних умовах. URL: http://libfor.com/index.php?newsid=1612. **4.** Науменкова С. В., Міщенко С. В. Ринок фінансових послуг : навч. посіб. Київ : Знання, 2010. 532 с. **5.** Унинець-Ходаківська В. П., Костюкевич О. І., Лятомбор О. А. Ринок фінансових послуг: теорія і практика : навч. посіб. Київ : Центр навч. літ., 2009. 392 с. **6.** Річні звіти Національної комісії, що здійснює державне регулювання у сфері ринків фінансових послуг. URL: https://www.nfp.gov.ua/ua/Richni-zvity-Natskomfinposluh.html. **7.** Святненко А. Ломбардний бізнес: причини популярності. URL: https://news.finance.ua/ua/news/-/217887/lombardnyj-biznes-prychyny-populyarnosti. **8.** Присяжнюк В. Ломбардний бізнес України: стан та перспективи розвитку. 2012. URL: http://sophus.at.ua/publ/2012_12_11_12_kampodilsk/sekcija_9_2012_12_11_12/lombardnij_biznes_ukrajini. **9.** Леваєва Л. Ю. Формування фінансової стратегії розвитку ломбардних установ. *Економічний вісник університету.* 2014. № 22. С. 226–230.

МАТРИЦЯ ФРАНШОНА–РОМАНЕ ЯК ІНСТРУМЕНТ СТРАТЕГІЇ ФІНАНСОВОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА

УДК 658.15

Тимошик С. С.

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

Анотація. *Досліджено методичний підхід до стратегічного позиціонування підприємства із застосуванням матриці Франшона–Романе. Визначено позицію ДНВП «Об'єднання Комунар» у матриці фінансових стратегій Франшона–Романе для оцінки стану управління фінансовою безпекою цього підприємства. Розглянуто ймовірні варіанти зміни фінансової рівноваги підприємства.*

Ключові слова: *підприємство, фінанси, фінансова стратегія, фінансово-господарська діяльність, результат господарської діяльності, результат фінансової діяльності, результат фінансово-господарської діяльності, позиціонування, матриця фінансових стратегій Франшона–Романе.*

Аннотация. *Исследован методический подход к стратегическому позиционированию предприятия с применением матрицы Франшона–Романе. Определена позиция ГНПП «Объединение Коммунар» в матри-*

© Тимошик С. С., 2018

це финансовых стратегий Франшона–Романе для оценки состояния управления финансовой безопасностью этого предприятия. Рассмотрены возможные варианты изменения финансового равновесия предприятия.

Ключевые слова: *предприятие, финансы, финансовая стратегия, финансово-хозяйственная деятельность, результат хозяйственной деятельности, результат финансовой деятельности, результат финансово-хозяйственной деятельности, позиционирование, матрица финансовых стратегий Франшона–Романе.*

Annotation. *The methodical approach to the strategic positioning of the enterprise using the Franchona–Romane matrix has been investigated. The position of SNNP «Kommunar Association» in the matrix of financial strategies of Franchona–Romane for assessing the state of financial security management of this company has been determined. The possible options for changing the financial balance of the enterprise.*

Keywords: *enterprise, finance, financial strategy, financial and economic activity, result of economic activity, result of financial activity, result of financial and economic activity, positioning, matrix of financial strategies of Franchona–Romane.*

За сучасних ринкових умов діяльність суб'єктів господарювання все більше ускладнюється через вплив різноманітних змін зовнішнього та внутрішнього середовищ функціонування підприємств. Реально оцінюючи стан машинобудівних підприємств України, можна сказати, що на сьогодні ця галузь не є провідною щодо зростання національної економіки. Загальносистемна криза, що охопила більшість вітчизняних суб'єктів господарювання, призвела до погіршення їх фінансового стану. З огляду на таку ситуацію для цих підприємств нагальною є потреба у стратегічному управлінні фінансовою безпекою шляхом вибору та застосування різних методів визначення стану фінансової діяльності, напрямів і форм її розвитку.

Актуальність цієї теми є зумовленою тим, що нестабільний стан машинобудівної галузі, а також необхідність своєчасного передбачення фінансових змін на підприємстві є недостатньо розробленими питаннями, що потребують подальших поглиблених наукових досліджень.

Теоретичні та методологічні питання розробки й реалізації фінансових стратегій підприємства є предметом наукових досліджень багатьох зарубіжних і вітчизняних науковців, серед них Портер М., Ансофф І., Бланк І., Семенов А., Ястремська О., Гриньов А., Ткачук І. та ін.

Метою написання статті є аналіз методичного підходу до управління фінансовою безпекою на підставі використання матриці Франшона–Романе.

На сьогодні перед підприємствами постає завдання вибрати найпридатнішу методику з урахуванням особливостей розвитку підприємства. Одним із найвідоміших методичних підходів є матриця фінансової рівноваги (фінансових статегій), розроблена французькими науковцями Франшоном Ж. та Романе І., що дає змогу визначити поточний стан підприємства. Розрахунок показників здійснюють за кілька періодів, що дає змогу простежити ситуацію у динаміці та прогнозувати подальші зміни, планувати подальшу діяльність підприємства, цілеспрямовано змінюючи найважливіші показники та знижуючи рівень фінансового ризику.

Матриця Франшона–Романе ґрунтується на розрахунку трьох показників: результату господарської діяльності (РГД), результату фінансової діяльності (РФД) та результату фінансово-господарської діяльності (РФГД).

Із застосуванням формул розраховано показники діяльності ДНВП «Об'єднання Комунар» за 2014–2016 рр. (табл. 1; 2) [5].

Таблиця 1

Розрахунок показника результату господарської діяльності

Показник	Умовні позначення	2014	2015	2016
1	2	3	4	5
1. Додана вартість	*ДВ*	525946,00	466834,00	380545,00
1.1. Вартість виробленої продукції	*ТП*	516717	427926	344951
1.2. Запаси готової продукції	*ГПср*	15070,5	11397,5	9256,5
1.3. Незавершене виробництво	*НЗВср*	91479,5	107793,5	110110,5
1.4. Вартість спожитих матеріальних засобів виробництва	*МВ*	97321	80283	83773
2. Брутто-результат від експлуатації інвестицій	*БРЕІ*	390669,50	328257,67	261436,00
2.1. Податок на додану вартість	*ПДВ*	18690	14859,33333	11405,5
2.2. Витрати на оплату праці	*ВП*	81344	87061	86625
2.3. Обов'язкові платежі, що є пов'язаними з оплатою праці	*ОП*	30527	32123	19962

Закінчення табл. 1

1	2	3	4	5
2.4. Усі податки та податкові платежі, крім податку на прибуток	*П*	4715,5	4533	1116,5
3. Зміна величини фінансово-експлуатаційних потреб	*Δ ФЕП*	20528	–44881	–8318
3.1. Матеріальні запаси на початок періоду	$Зап_{поч}$	163804	171644	199598
3.2 Матеріальні запаси на кінець періоду	$Зап_{кін}$	171644	199598	171244
3.3. Дебіторська заборгованість підприємства на початок періоду	$Дзп_{оч}$	54750	44866	41849
3.4. Дебіторська заборгованість підприємства на кінець періоду	$Дз_{кін}$	44866	41849	36277
3.5. Кредиторська заборгованість підприємства на початок періоду	$Кр_{поч}$	65760	43188	113006
3.6. Кредиторська заборгованість підприємства на кінець періоду	$Кр_{кін}$	43188	113006	87398
3.7. ФЕП на початок періоду	$ФЕП_1$	152794	173322	128441
3.8. ФЕП на кінець періоду	$ФЕП_2$	173322	128441	120123
4. Виробничі інвестиції	*ВІ*	20628	2761	7255
5. Звичайні продажі майна	*ПМ*	2	1	0
Результат господарської діяльності	*РГД*	349511,50	370376,67	262499,00

Таблиця 2

Розрахунок показників результату фінансової діяльності та фінансово-господарської діяльності

Показник	Умовні позначення	2014	2015	2016
1. Зміна позикових коштів підприємства	*ПК*	11797	–32611	–16000
1.1. Позикові кошти підприємства на початок періоду	*ПКП*	59814	71611	39000
1.2. Позикові кошти підприємства на кінець періоду	*ПКК*	71611	39000	23000
2. Відсотки банку	*ВБ*	12405	14665	6840
3. Податок на прибуток	*ПП*	9291	1891	166
4. Виплачені дивіденди	*ВД*	0	0	0
5. Суми, отримані від емісії акцій	*ЕА*	0	0	0
6. Кошти, вкладені у статутні фонди інших підприємств	*СФ*	78	52	66
7. Довгострокові фінансові вкладення	*ДФ ср*	137	97	97
8. Відрахування, отримані від прибутку заснованих підприємств, і доходи від інших довгострокових фінансових вкладень	*ОПУ*	2495	8336	168
Результат фінансової діяльності	*РФД*	–7619	–40980	–23001
Результат-фінансово-господарської діяльності	*РФГД*	341892,50	329396,67	239498,00

На підставі розрахунків показників діяльності ДНВП «Об'єднання Комунар» визначимо його стратегічне положення у матриці Франшона–Романе (табл. 3) [5].

Зауважимо, що інтерпретація отриманих результатів не відповідає чітко математичним законам, є більш логічною, ніж математичною. Тобто для оцінки показника як нульового допускаються відхилення від нульової позначки у бік як збільшення, так і зменшення за умови незначної вагомості розрахованого значення для конкретного підприємства з урахуванням масштабів його діяльності [3].

Згідно із даними табл. 3 у 2014-2016 р. підприємство перебувало в квадранті 4 матриці Франшона–Романе, що має назву «Рантьє». Таке положення підприємства засвідчує, що воно не використовує всі свої потенційні можливості щодо нарощування оборотних коштів або прискорення їх обігу. ДНВП «Об'єднання Комунар» має достатній запас коштів, але воно неефективно їх використовує та не спрямовує на власне виробництво. Із квадранта 4 підприємство може переміститися тільки в гірші з погляду ефективності функціонування квадранти, такий напрямок розвитку є глухим кутом. За рахунок фінансової діяльності підприємство може лише втримуватися в цьому квадранті, але не може поліпшити свій фінансовий стан.

Таблиця 3

Стратегічне положення ДНВП «Об'єднання Комунар» у матриці фінансових стратегій Франшона–Романе, 2014–2016 рр.

Показники	*РФД* < 0	*РФД* → 0	*РФД* > 0
РГД > 0	**1**	**4** 2015 → 2014 → 2016	**6**
РГД → 0	**7**	**2**	**5**
РГД < 0	**9**	**8**	**3**

Якщо підприємство переміститься до квадранта 1 «Батько сімейства», темпи зростання капіталу ДНВП «Об'єднання Комунар» будуть меншими за можливі, що є свідченням того, що резерви використання ресурсів підприємства задіяні не вповні.

Таким чином, на підставі проведеного аналізу можна стверджувати, що для управління фінансовою безпекою ДНВП «Об'єднання Комунар» за поточної позиції краще за все залишатися у квадранті 4. У разі погіршення показників існує загроза переміститися до квадранта 7 «Епізодичний дефіцит», що погано позначиться на фінансовій безпеці ДНВП ««Об'єднання Комунар». Щоб уникнути цього та залишитись у квадранті «Рантьє», підприємству необхідно прискорити показники оборотності всього капіталу, зменшити кількість застарілого устаткування та зношених основних фондів.

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

Література: 1. Ансофф И. Стратегическое управление. М. : Экономика, 1989. 304 с. **2.** Бланк И. А. Финансовая стратегия предприятия. Киев : Ника-Центр ; Эльга, 2006. 520 с. **3.** Горова О. О. Аналіз стратегічних альтернатив підприємства на основі позиціонування в матриці фінансової рівноваги. *Управління розвитком.* 2013. № 18. С. 110–114. **4.** Портер М. Конкурентная стратегия. Методика анализа отраслей и конкурентов. М. : Альпина Бизнес Букс, 2005. 454 с. **5.** Семенов А. Г. Матриця фінансових стратегій. *Вісник економічної науки України.* 2008. № 2. С. 139–146. **6.** Ткачук І. Г. Формування фінансової стратегії в системі управління підприємством. *Вісник Житомирського державного технологічного університету.* 2008. № 2. С. 301–304.

ПОЗИЦІОНУВАННЯ ПАТ «УКРАЇНСЬКИЙ НАУКОВО-ДОСЛІДНИЙ ІНСТИТУТ ВОГНЕТРИВІВ ІМ. А. С. БЕРЕЖНОГО» В МАТРИЦІ ФІНАНСОВИХ СТРАТЕГІЙ ФРАНШОНА–РОМАНЕ

УДК 65.012.23

Харланова А. Є.

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

Анотація. *Досліджено методичний підхід до стратегічного позиціонування підприємства галузі професійної, наукової та технічної діяльності. Визначено поточний стан і можливі варіанти зміни фінансової рівноваги підприємства на підставі його позиції в матриці фінансових стратегій Франшона–Романе.*

© Харланова А. Є., 2018

Ключові слова: *підприємство, фінанси, фінансова стратегія, фінансово-господарська діяльність, результат господарської діяльності, результат фінансової діяльності, результат фінансово-господарської діяльності, позиціонування, матриця фінансових стратегій Франшона–Романе.*

Аннотация. *Исследован методический подход к стратегическому позиционированию предприятия отрасли профессиональной, научной и технической деятельности. Определены текущее состояние и возможные варианты изменения финансового равновесия предприятия на основании его позиции в матрице финансовых стратегий Франшона–Романе.*

Ключевые слова: *предприятие, финансы, финансовая стратегия, финансово-хозяйственная деятельность, результат хозяйственной деятельности, результат финансовой деятельности, результат финансово-хозяйственной деятельности, позиционирование, матрица финансовых стратегий Франшона–Романе.*

Annotation. *The methodical approach to the strategic positioning of the enterprise of professional, scientific and technical activity is investigated. The current state and possible options for changing the financial balance of an enterprise are determined on the basis of its position in the Franchona–Romane financial strategy matrix.*

Keywords: *enterprise, finance, financial strategy, financial and economic activity, result of economic activity, result of financial activity, result of financial and economic activity, positioning, matrix of financial strategies of Franchona–Romane.*

За сучасних умов діяльності підприємств дедалі актуальнішим стає стратегічне спрямування шляхів розвитку та забезпечення економічного зростання у довгостроковій перспективі, чого можна досягти через розробку фінансової стратегії. Фінансова стратегія є одним із найважливіших видів функціональної стратегії підприємства, що забезпечує всі основні напрями розвитку фінансової діяльності та фінансових відносин шляхом вибору найефективніших шляхів досягнення фінансових цілей, адекватного коригування напрямів формування й використання фінансових ресурсів за зміни умов зовнішнього середовища.

Питання розробки та реалізації фінансової стратегії підприємства висвітлено у працях зарубіжних і вітчизняних науковців, серед них Портер М., Ансофф І., Бланк І., Семенов А., Ястремська О., Гриньов А., Ткачук І. та ін. Однак, деякі аспекти, зокрема питання ідентифікації стадії фінансового розвитку як підгрунтя для вибору оптимальної фінансової стратегії, є недостатньо дослідженими.

Метою написання статті є визначення поточного фінансового стану та стадії фінансового розвитку ПАТ «Український науково-дослідний інститут вогнетривів ім. А. С. Бережного», а також оцінювання наявних стратегічних альтернатив на підставі матриці Франшона–Романе.

Матрицю фінансових стратегій Франшона–Романе використовують при розробці фінансової стратегії підприємства, оскільки вона дає змогу не тільки визначати поточне положення компанії з точки зору фінансового ризику, але й розглянути ситуацію в динаміці, визначити стратегічний напрям фінансової стратегії підприємства залежно від зміни ключових показників його діяльності.

Для визначення позиції підприємства у матриці фінансових стратегій Франшона–Романе необхідно розрахувати показники, що являють собою три основоположні категорії фінансового менеджменту: результат господарської діяльності, результат фінансової діяльності та результат фінансово-господарської діяльності.

Результат господарської діяльності (РГД) є сумою коштів, яка залишається у розпорядженні підприємства після фінансування виробничого розвитку. Якщо РГД є додатним, підприємство забезпечує реалізацію принципу самофінансування свого розвитку, а якщо 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.

Результат фінансово-господарської діяльності (РФГД) обчислюють як суму результатів господарської та фінансової діяльності підприємства. Показник 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.

Результати розрахунків показників, що характеризують господарську, фінансову та фінансово-господарську діяльність ПАТ «Український науково-дослідний інститут вогнетривів ім. А. С. Бережного» за 2013–2016 рр., подано в табл. 1 [4].

Таблиця 1

Результати розрахунку показників результативності діяльності ПАТ «Український науково-дослідний інститут вогнетривів ім. А. С. Бережного», 2013–2016 рр.

Показник	Умовні позначення	2013	2014	2015	2016
Розрахунок результатів господарської діяльності підприємства					
1. Додана вартість	ДВ	11409	8767	10261	8994
1.1. Вартість виробленої продукції	ТП	21111	16468	20797	23467
1.2. Запаси готової продукції	ГПср	0	0	0	0
1.3. Незавершене виробництво	НЗВср	0	0	0	0
1.4.Вартість спожитих матеріальних засобів виробництва	МВ	9702	7701	10536	14473
2. Брутто-результат від експлуатації інвестицій	БРЕІ	–25,6	333,8	–86,6	–1998,8
2.1. Податок на додану вартість	ПДВ	3309,6	2481,1	3257,6	3564,8
2.2. Витрати на оплату праці	ВП	5455	3833	4698	6098
2. 3. Обов'язкові платежі, що є пов'язаними з оплатою праці	ОП	2338	1782	2055	1330
2.4. Усі податки та податкові платежі, крім податку на прибуток	П	332	337	337	0
3. Зміна величини фінансово-експлуатаційних потреб	Δ ФЕП	398	244	66	–703
3.1. Матеріальні запаси на початок періоду	Зап поч	1837	1727	1977	1902
3.2 Матеріальні запаси на кінець періоду	Запкін	1727	1977	1902	3133
3.3. Дебіторська заборгованість підприємства на початок періоду	Дзпоч	1359	1436	1477	1328
3.4. Дебіторська заборгованість підприємства на кінець періоду	Дзкін	1436	1477	1328	2599
3.5. Кредиторська заборгованість підприємства на початок періоду	Крпоч	1685	1254	1301	1011
3.6. Кредиторська заборгованість підприємства на кінець періоду	Кркін	1254	1301	1011	4216
3.7. ФЕП на початок періоду	ФЕП1	1511	1909	2153	2219
3.8. ФЕП на кінець періоду	ФЕП2	1909	2153	2219	1516
4. Виробничі інвестиції	ВІ	–244	–161	–161	500
5. Звичайні продажі майна	ПМ	0	0	0	0
Результат господарської діяльності	РГД	616,3	416,8	140,3	–3201,8
Розрахунок результатів фінансової діяльності підприємства					
1. Зміна позикових коштів підприємства	ПК = ПКК – ПКН	–68	–185	55	331
1.1. Позикові кошти підприємства на початок періоду	ПКН	500	432	247	302
1.2. Позикові кошти підприємства на кінець періоду	ПКК	432	247	302	633
2. Відсотки банку	ВБ	0	0	0	0
3. Податок на прибуток	ПП	210	169	100	70
4. Виплачені дивіденди	ВД	33	48	34	207
5. Суми від емісії акцій	ЕА	0	0	0	0
6. Кошти, вкладені в статутні фонди інших підприємств	СФ	0	0	0	0
7. Довгострокові фінансові вкладення	ДФср	0	0	0	0
8. Відрахування, отримані від прибутку заснованих підприємств, і доходи від інших довгострокових фінансових вкладень	ОПУ	0	0	0	0
Результат фінансової діяльності	*РФД* = 1 – 2 – 3 – 4 + 5 – 6 –7 + 8	-311	-402	-79	54
Результат фінансово-господарської діяльності	*РФГД = РГД + РФД*	305,3	14,8	61,3	–3147,8

Бачимо (табл. 1), що результат господарської діяльності має від'ємне значення тільки у 2016 р. Це пов'язано зі значним зростанням кредиторської заборгованості, що є негативним явищем і свідчить про скорочення суми

коштів, яка залишається у розпорядженні підприємства після фінансування виробничого розвитку. Від'ємне значення результату господарської діяльності свідчить про те, що підприємство залучає позикові ресурси для фінансування своїх виробничих потреб.

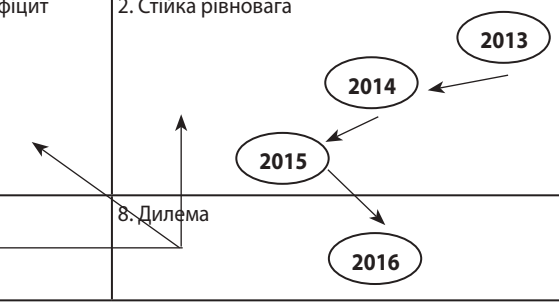
Значення показника результату фінансової діяльності також є від'ємним через зростання затратної частини фінансової діяльності, але у 2015 р. та 2016 р. показник зростає, у 2016 р. має вже додатне значення, що свідчить про залучення додаткових джерел фінансових ресурсів, незважаючи на їх платність. Значення результату фінансово-господарської діяльності вказує на нестачу вільних грошових коштів у 2016 р., але у 2013–2015 рр. показник має додатне значення, хоча й з негативною тенденцією до зниження, що може призвести до ліквідних ускладнень або скорочення можливостей підприємства.

На підставі розрахованих значень ключових показників результату господарської діяльності, результату фінансової діяльності та результату фінансово-господарської діяльності побудуємо матрицю Франшона–Романе (табл. 2) для визначення позиціонування ПАТ «Український науково-дослідний інститут вогнетривів ім. А. С. Бережного» у матриці фінансових стратегій [6].

Таблиця 2

Матриця фінансових стратегій Франшона–Романе

	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



Бачимо (табл. 2), що у 2014–2016 рр. позиція підприємства у матриці фінансових стратегій Франшона–Романе відповідала квадранту 2, для підприємств якого характерною є стійка рівновага. Підприємство не женеться за конкурентами й водночас не є останнім на ринку. У цій ситуації суб'єкт господарювання перебував у стані фінансової рівноваги і мав найбільшу кількість можливих варіантів зміни фінансового положення. Однак, 2016 р. для підприємства був кризовим, відбувся перехід до квадранта 8 «Дилема», для підприємств якого характерним є дефіцит коштів, що пов'язано зі зниженням рівня економічної прибутковості.

Таким чином, на підставі аналізу позиціонування підприємства можна говорити про неефективність його фінансової діяльності протягом 2013–2015 рр., а також господарської – у 2016 р.; можливим є перехід до квадрантів 2; 7; 9. Найкращим варіантом для підприємства є повернення до позиції, що відповідає квадранту 2 «Стійка рівновага». Цього можна досягти підвищенням рентабельності активів до потрібної величини. За можливості слід скоротити фінансово-експлуатаційні потреби, у тому числі за рахунок грамотного управління дебіторською та кредиторською заборгованостями підприємства. За рахунок зниження використання позикових коштів ймовірним стає переміщення до квадранта 7 під назвою «Епізодичний дефіцит», для підприємств якого характерною є неузгодженість термінів надходження та використання інвестицій. У гіршому випадку компанія може опинитися у квадранті 9 «Кризовий стан». За таких обставин допомогти може лише продаж менш рентабельних інвестиційних активів, оскільки із залученням запозиченого капіталу не уникнути труднощів, а додаткова оплата власним капіталом може дати лише тимчасовий ефект.

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

Література: 1. Бутиріна В. М., Верещаєва В. А. Визначення фінансової стратегії розвитку підприємства. *Науковий вісник НЛТУ України.* 2011. № 21. С. 177–182. **2.** Бланк И. А. Финансовая стратегия предприятия. Киев : Ника-Центр ; Эльга, 2006. 520 с. **3.** Гриньов А. В., Ястремська О. М. Якість формування фінансової стратегії підприєм-

ства. *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.** Портер М. Конкурентная стратегия. Методика анализа отраслей и конкурентов. М. : Альпина Бизнес Букс, 2005. 454 с. **6.** Ткачук І. Г. Формування фінансової стратегії в системі управління підприємством. *Вісник Житомирського державного технологічного університету.* 2008. № 2. С. 301–304.

СТАН І ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ СТРАХУВАННЯ ЖИТТЯ В УКРАЇНІ

УДК 368.91

Харківська К. О.
Ткаченко В. О.

Студенти 3 курсу
фінансового факультету ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Досліджено сутність страхування життя, визначено основні елементи, що формують структуру цього страхового продукту. Обґрунтовано актуальність і необхідність розвитку страхування життя в Україні. Проаналізовано динаміку основних показників вітчизняного страхового ринку за 2014–2017 рр.*

Ключові слова: *страхування, страховик, страховий ринок, страховий продукт, особисте страхування, страхові продукти «life», страхування життя, державний вплив на страхову сферу.*

Аннотация. *Исследована сущность страхования жизни, определены основные элементы, формирующие структуру этого страхового продукта. Обоснованы актуальность и необходимость развития страхования жизни в Украине. Проанализирована динамика основных показателей отечественного страхового рынка за 2014–2017 гг.*

Ключевые слова: *страхование, страховщик, страховой рынок, страховой продукт, личное страхование, страховые продукты «life», страхование жизни, государственное влияние на страховую сферу.*

Annotation. *The essence of life insurance is investigated, the basic elements forming the structure of this insurance product are defined. The urgency and necessity of life insurance development in Ukraine are substantiated. The dynamics of the main indicators of the domestic insurance market for 2014–2017 is analyzed.*

Keywords: *insurance, insurer, insurance market, insurance product, personal insurance, insurance products «life», life insurance, state influence on the insurance sector.*

За сучасних умов на ринку фінансових послуг існує чимало ризиків, що є загрозою для населення. Ефективним вирішенням проблеми гарантування безпеки населення є повноцінна система страхування життя, яка дає змогу захистити особу або її родину від економічної дестабілізації внаслідок смерті страхувальника, стане підґрунтям для повноцінної життєдіяльності кожної людини у разі дожиття до обумовленого у страховому договорі віку.

Наявність стійкого страхового ринку забезпечує соціально-економічний розвиток держави, підвищує добробут населення, що є однією з найважливіших складових фінансової безпеки. Поширення практики страхування життя як галузі страхування сприяє зменшенню соціальної напруги та навантаження на соціальний бюджет держави.

Довгострокове страхування життя вимагає від страховика накопичення досить великих страхових резервів для забезпечення майбутніх виплат, тимчасово вільна частина яких може бути використана як джерело інвестицій в економіку країни, що сприяє стабілізації фінансового стану держави.

© Харківська К. О., Ткаченко В. О., 2018

Вагомий внесок у дослідження проблем страхування загалом та особистого страхування зокрема зробили вітчизняні науковці, серед них Внукова Н. М., Радецька О. О., Ткаченко Є. Ю., Пономарьова О. Б., Вербицька Л. С. та ін. Однак, основну увагу вітчизняні науковці та практики звертали на дослідження теоретичних основ загального страхування, у той час як цілу низку питань у сфері особистого страхування висвітлено недостатньо, а тому вони потребують подальшого поглибленого вивчення.

Страхування життя як один із сегментів вітчизняного страхового ринку через несприятливі ринкові умови, фінансову кризу та непослідовність реформ у соціальній сфері недостатньо розвинуте, не використовується як механізм вирішення соціальних проблем, які набули перманентного характеру: спад демографічних показників, інвалідність, хвороби, нещасні випадки, відсутність якісної медичної допомоги, потреба у соціальному захисті, матеріальна незабезпеченість людей похилого віку. Оцінюючи комплексно загрози та можливості ринку страхування особистих ризиків, можна зробити висновок, що ця сфера страхової діяльності в Україні має значний потенціал розвитку [4].

Законодавче регулювання відносин між страховиком і страхувальником у сфері страхування життя відбувається на підставі Закону України «Про страхування» від 7 березня 1996 р. № 85/96-ВР із урахуванням останніх коригувань від 1 січня 2017 р. [5]. Головним державним органом, який здійснює регулювання і нагляд за діяльністю страхових компаній, страхових брокерів та інших учасників ринку фінансових послуг, є Національна комісія, що здійснює державне регулювання у сфері ринків фінансових послуг відповідно до Указу Президента України від 23 листопада 2011 р. № 1070/2011 [6].

Сучасний страховий ринок в Україні переживає не найкращі часи, але, незважаючи на негативний вплив зовнішніх і внутрішніх факторів, ринок страхування життя в Україні постійно розвивається. Нині чимало страхових компаній розробляють успішні стратегії реформування страхування, розраховані на 2015–2020 рр.

Незважаючи на чимало переваг страхування життя, на українському ринку спостерігається тенденція до зменшення кількості страхових life-компаній. Станом на 30 червня 2017 р. до Держреєстру було внесено 36 компаній страхування життя в Україні, їх кількість скоротилася за рік на 20 % (табл. 1) [6].

Таблиця 1

Кількість компаній зі страхування життя в Україні, 2014–2017 рр.

Рік	2014	2015	2016	2017
Кількість компаній зі страхування життя	58	52	45	36

Бачимо (табл. 1), що у 2014–2017 рр. вітчизняний страховий ринок втратив 22 страхові life-компанії, тобто майже 38 % від кількості цього виду компаній у 2014 р., що дає підстави говорити про непоширеність такого виду діяльності серед українських страхових організацій. Однак, незважаючи на негативні тенденції у розвитку вітчизняного страхового ринку, найбільші компанії продовжують функціонувати і показувати позитивні результати. Водночас спостерігається збільшення надходжень валових страхових платежів (табл. 2) [6].

Таблиця 2

Динаміка зміни кількості вітчизняних страхових компаній за договорами накопичувального страхування життя, 2014–2016 рр.

Life-компанія	Значення показника за роками		
	2014	2015	2016
МетЛайф	214714	263602	394523
PZU Україна Страхування життя	80986	97479,2	111780
ТАС	87848	85777	89932
Ейгон Лайф Україна	87697,8	83862,3	87515
Уніка Життя	31252,1	75695,2	65933

Бачимо (табл. 2), що з 45 компаній зі страхування життя у 2016 р. у рейтингу журналу «Фориншурер» за договорами, що передбачають накопичувальне страхування життя, у ТОП-5 увійшли такі українські компанії: «МетЛайф», «PZU Україна "life"», «ТАС», «Ейгон Лайф Україна», «Уніка Життя» (табл. 2) [7].

За даними табл. 2 можна зробити висновок, що на ринку страхування життя в Україні діють як компанії з вітчизняним капіталом, так і міжнародні компанії з іноземним капіталом.

Упродовж 2016 р. на ринку страхування життя було зібрано 2 186,6 млн грн страхових премій, що майже вдвічі перевищує аналогічний показник 2008 р. При цьому у загальному обсязі надходжень переважають кошти страхувальників – фізичних осіб. Так, у 2014–2016 рр. їхня частка перевищувала 94 % валових страхових премій зі страхування життя [7].

Результати діяльності страховиків, що надають послуги зі страхування життя, вказують на цілковиту залежність ситуації у цій сфері від макроекономічної стабільності та рівня ділової активності в країні. Ефективна діяльність страхових компаній, що надають послуги зі страхування життя, унеможливлюється за нестабільного стану національної та світової економіки, а низький рівень розвитку фінансового ринку та його нестабільність не тільки зменшує ефективність страхування, а й навіть спричинює недоцільність його застосування.

Зменшення кількості страхових компаній на українському ринку страхування є свідчення дії факторів, що стримують розвиток страхового ринку, основними з яких є:

– відсутність належного рівня довіри населення до страхових компаній (небажання інвестувати на довгий термін);

– відсутність культури страхування й недостатній рівень обізнаності населення;

– недостатній рівень доходів населення;

– слабкий розвиток перестрахувального ринку;

– суперечливе страхове законодавство;

– тривала економічна нестабільність [4].

Для забезпечення поширення фінансової послуги страхування життя серед населення можна скористатися світовим досвідом, адже довготривалі програми накопичувального страхування життя разом з інвестуванням коштів є поширеними в Європі: у Німеччині вони становлять третину всіх страхових внесків, а в Англії – приблизно половину [1].

Вважаємо, що для підвищення фінансової надійності страховиків, усунення проблем розвитку ринку страхування життя необхідно:

– розробити концепцію розвитку вітчизняного ринку страхування життя, яка передбачала б урахування принципів і стандартів, рекомендованих Міжнародною асоціацією нагляду за страховою діяльністю, стандартів СОТ, а також законодавства Європейського Союзу у сфері страхування;

– удосконалити системи оподаткування та державного нагляду у сфері операцій перестрахування у нерезидентів;

– розробити пропозиції щодо вилучення з оподаткування засобів, спрямовуваних на розширення клієнтської бази, а також підвищення фахового рівня страхової діяльності та страхової культури населення;

– перейти на міжнародні стандарти бухгалтерського обліку, розширити обсяг, підвищити якість, точність і прискорити публікацію зведень про стан ринку страхування життя;

– підвищити фінансову надійність вітчизняних страхових компаній на підставі збільшення їх капіталізації [3].

Таким чином, на підставі аналізу стану вітчизняного ринку страхування життя можна говорити про його незначне пожвавлення, тобто населення починає проявляти більший інтерес до цього виду страхування. Зменшення темпів зростання страхових премій свідчить про порушення збалансованості страхової діяльності, що загрожує фінансовій стабільності страховика. Однак, зростання страхових виплат водночас впливає на підвищення довіри населення до страхових продуктів, які пропонуються на ринку. Очевидно, багато ще доведеться зробити для формування у свідомості населення стійкої моделі надійного національного страхування, що сприятиме його розвитку та подальшому ефективному функціонуванню.

Науковий керівник – канд. екон. наук, викладач Давиденко Д. О.

Література: 1. Внукова Н. М., Пукала Р., Смоляк В. А. Євроінтеграційні аспекти розвитку ринків фінансових послуг : монографія. Харків : Ексклюзив, 2018. 178 с. **2.** Радецька О. О. Ринок страхування життя в Україні: проблеми та перспективи розвитку. *Вісник Хмельницького національного університету.* 2009. № 6. С. 222–224. **3.** Ткаченко Є. Ю., Яришко О. В. Сучасний ста та перспективи розвитку страхування життя в Україні. *Економічний вісник Запорізької державної інженерної академії.* 2012. № 2. С. 144–148. **4.** Пономарьова О. Б. Аналіз розвитку страхового ринку України в умовах змінного внутрішнього та зовнішнього середовища. *Економіка і фінанси.* 2014. № 11. С. 31–38. **5.** Про страхування : Закон України від 07.03.1996 № 85/96-ВР // База даних «Законодавство України» / Верховна Рада України. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/85/96-80/ed199603076. **6.** Національна комісія, що здійснює державне регулювання у сфері ринків фінансових послуг // Офіційний сайт Націо-

нальної комісії, що здійснює державне регулювання у сфері ринків фінансових послуг. URL: https://www.nfp.gov.ua. **7.** Рейтинг компаний страхования жизни. URL: http://forinsurer.com/ratings/life.

ADVANTAGES AND DISADVANTAGES OF DEVELOPMENT OF UKRAINIAN BANKING SYSTEM

UDC 336.71

C. Kholodnaya

The 1-st year student
of the Faculty of Management and Marketing of KhNEU S. Kuznets

Annotation. *The history of the formation and development of an independent Ukrainian banking system is considered. It is argued that the state of the banking system is crucial for the development of the national economy. The proposed measures to ensure the effective functioning of the modern domestic banking system.*

Keywords: *bank, banking institution, banking system, liquidity, solvency, national economy, stabilization of the banking system.*

Анотація. *Розглянуто історію формування та розвитку незалежної української банківської системи. Аргументовано, що стан банківської системи має вирішальне значення для розвитку національної економіки. Запропоновано заходи для забезпечення ефективного функціонування сучасної вітчизняної банківської системи.*

Ключові слова: *банк, банківська установа, банківська система, ліквідність, платоспроможність, національна економіка, стабілізація банківської системи.*

Аннотация. *Рассмотрена история формирования и развития независимой украинской банковской системы. Аргументировано, что состояние банковской системы имеет решающее значение для развития национальной экономики. Предложены меры для обеспечения эффективного функционирования современной отечественной банковской системы.*

Ключевые слова: *банк, банковское учреждение, банковская система, ликвидность, платежеспособность, национальная экономика, стабилизация банковской системы.*

Each year banking sector problems attract greater attention on the Ukrainian financial market. Today, the banking system is the main blood system between borrowers and lenders; it is the way of almost all possible business finance communications. In the modern situation of national economy development the condition of banking system is crucial. Therefore, there can be no doubt about the relevance of a research.

The purpose of this article is to study the banks and the banking system that are developing and operating in Ukraine, the banking system of Ukraine on different stages of development, its advantages and disadvantages.

Strong banking system is a necessary condition of a stable and balanced development of Ukrainian economy and its integration in the world economy. In the situation of low development of stock market and nonbanking financial institutions banking system of Ukraine is the largest official financial intermediary that meets the needs of the real sectors of economy and individuals in resources. With the development of international relations and increasing of globalization a lot of problems appear in the banking sector [3].

The banking system plays an important role in the formation of economic relations between the money market subjects. It is caused by banks being one of the most important economic structure elements of cash-flow organization.

© C. Kholodnaya, 2018

They constitute the country credit system basis and concentrate the greatest part of its resources. Banking system is a field of activity where all positive and negative actions happening in economy are described [4].

Banking system is a difficult complex which functions and develops according to the range of legislative and regulatory texts. One of the main elements of this system is a bank. It is a credit and financial institution which attracts and accumulates the free money of enterprises, organizations and ordinary people. This system also carries out the issuance of securities, lends to the national economy and to the population on terms of payment, reversal and timeliness [1].

An independent Ukrainian banking system began to form naturally during 1991 as the disintegration of the Soviet state gathered momentum. The Ukrainian portion of the USSR State Bank, of necessity made credit allocation decisions when the all Union bank failed to prepare a credit plan early in 1991. In March 1991, the republic adopted a Law on «About banks and banking» which provided for the establishment of the National Bank of Ukraine from the Ukrainian Republican division of the State Bank of the USSR. By the summer of 1991, the instructions of the Soviet State bank were no longer binding on Ukraine. In December 1991 the USSR State Bank was formally liquidated and the National Bank of Ukraine was unequivocally the effective central banking authority.

Commercial banking in Ukraine in the early years was completely dominated by the state banks and the former state banks. The State Export Import Bank and the savings Oschadbank (the former Soviet Sberbank) remained the only officially state owned commercial banking operations in the country, although in fact most of the shareholders of the so called commercial banks in the early 1990's were still primarily state enterprises and therefore heavily government influenced.

In 1990 Bank Ukraina (the agricultural sector bank), Prominvest (the heavy industry bank) and Ukrsotsbank (the social and municipal services bank) were registered as joint stock companies. However, at that time their shares, as mentioned above, were owned primarily by state owned enterprises and government entities. In 1993 when the government indicated that shares of state enterprises would be controlled by the Ministry of Finance, the banks responded by transferring most of the ownership rights from state owned enterprises to new private institutions and to employees of the banks and state owned enterprises.

Throughout the period, U.S. dollar deposit rates at commercial banks ranged from 0 % to a maximum 10–15 %. Effective interest rates on U.S. dollar loans normally ranged from 20 % to 30 % and were sometimes as high as 60%. Interest rates on Ukrainian currency loans were also extremely high, but quantifying the effective rates is extremely difficult since we know from client comments that banks consistently used side deals to boost their real rates of return. This was especially true in the period prior to 1994 when the National Bank tried to impose interest rate ceilings on bank loans.

Whereas in 1991, few of the private commercial banks had more than three or four branches, by 1994 a half dozen of the newcomers had branches in almost every region of Ukraine. Banking services were also surprisingly broadly based. Only 1 of the 25 regions of Ukraine lacked a bank headquartered in the area. Kiev, although the dominant center for banks and banking had only one third of the head offices of banks, while six other oblasts had 10 or more head offices. Branches of banks were similarly widely dispersed.

As a result the banking system again has damages resulting from political crisis in 2014 and the war in the east of Ukraine after several profitable years (2010–2013). An increase of number of administration protempore in commercial banks, banks began bankruptcy. At the same time investors – individuals are guarded against by the state because Ukraine has a Deposit Insurance Fund (covers deposits up to 200 thousand UAH per depositor in one bank). Legal persons having a deposit at the banks were in a much worse situation, since may file their claims against the bank only in the process and procedures of bank bankruptcy [4].

The economy and the banking system of Ukraine in 2016 continue to be affected by the problems of 2014–2015. UAH devaluation, aggression of the Russian Federation in Ukraine, insufficient corporate governance and the subsequent loss of confidence led to a deterioration of the banks' loan portfolio. All the abovementioned have caused an outflow of deposits, freezing or substantial limitation of lending, and currency fluctuations, which has negatively affected the financial standing of many Ukrainian banks. Due to rising negative debts, banks had to create significant reserves for active operations, which inevitably had a negative impact on the level of capitalization of banks.

In 2014–2016 the number of banks decreased significantly. In early December 2016 only 97 banks still had a banking license as compared to 180 banks in early 2014 according to the NBU. Although the situation is not so hard as it was in 2014 and certain positive symptoms become apparent, it is still too soon to speak of abatement of the banking crisis. The Ukrainian banking system is currently in the middle of a reformation stage. In December 2016, the NBU extended currency restrictions that have been effective for more than two years.

Nowadays, the conditions of banking business in Ukraine for effective functioning of banks should apply the following measures to the resource:

– to maximize its size while compliance with prudential regulations of the National Bank of Ukraine;

– to insure the operational management of resource based on the ability for quickly reorient to alternative resources;

– to maximize the possibility of expanding their customers while increasing competitiveness of the bank;

– to use the latest achievements of information technology [2].

To sum it up it is necessary to say that the current economic situation require stabilization of the banking system as a key condition for economic recovery in Ukraine support of the liquidity and solvency of Ukrainian banks, improvement of the liquidity management of banks, improvement of the efficiency of liquidity ratios, implementing of comprehensive reform of the banking sector.

Supervisor – teacher Gontarenko I. S.

Literature: 1. Про банки і банківську діяльність : Закон України від 07.12.2000 № 2121-III // База даних «Законодавство України» / Верховна Рада України. URL: http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/2121-14. **2.** Reforms in Ukraine: Progress in 2017. URL: https://fsr.org.ua/sites/default/files/imce/book_print.pdf. **3.** Ильина Л. В. Методология и механизмы формирования и использования банковских страховых резервов : дис. … д-ра экон. наук : 08.00.10. Саратов, 2006. 370 с. **4.** Котюжинская Н. Банковская система Украины и банковское регулирование // Кидалов и партнеры. URL: http://kydalov-partners.com/ru.

ВИЗНАЧЕННЯ СКЛАДОВИХ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВИМИ РЕСУРСАМИ ПІДПРИЄМСТВА

УДК 658.15

Хоменко В. А.

Магістрант 2 року навчання
факультету заочної, дистанційної та післядипломної освіти ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Розглянуто сутність і цілі системи управління фінансовими ресурсами підприємства. Узагальнено й систематизовано складові системи управління фінансовими ресурсами. Визначено етапи управління фінансовими ресурсами підприємства. Подано класифікацію методів управління фінансовими ресурсами суб'єкта господарювання.*

Ключові слова: *підприємство, організація, суб'єкт господарювання, фінанси, ресурси, фінансові ресурси, управління фінансовими ресурсами, класифікація, класифікація фінансових ресурсів.*

Аннотация. *Рассмотрены сущность и цели системы управления финансовыми ресурсами предприятия. Обобщены и систематизированы составляющие системы управления финансовыми ресурсами. Определены этапы управления финансовыми ресурсами предприятия. Представлена классификация методов управления финансовыми ресурсами субъекта хозяйствования.*

Ключевые слова: *предприятие, организация, субъект хозяйствования, финансы, ресурсы, финансовые ресурсы, управление финансовыми ресурсами, классификация, классификация финансовых ресурсов.*

Annotation. *The essence and objectives of the financial resources management system of the enterprise are considered. The components of the financial resources management system are generalized and systematized. Stages of management of financial resources of the enterprise are defined. The classification of methods of management of financial resources of a business entity is presented.*

Keywords: *enterprise, organization, business entity, finance, resources, financial resources, financial resources management, classification, classification of financial resources.*

© Хоменко В. А., 2018

За сучасних ринкових умов ефективне функціонування підприємств є запорукою соціально-економічного розвитку нашої країни. Актуальність управління фінансовими ресурсами підприємств визначається певними умовами. На сьогодні для підприємницьких структур проблемою є обмеженість вибору фінансових ресурсів через їх недоступність, недостатність власних джерел коштів і недостатню ефективність їх використання.

Питання формування й управління фінансовими ресурсами є предметом наукових досліджень багатьох вітчизняних науковців, серед них Бланк І. О., Буряк Л. Д., Гудзь О. Є., Завгородній А. Г., Зятковський І. В., Кірейцев Г. Г., Опарін В. М., Романенко О. Р., Журавльова І. В. та ін.

Метою написання статті є систематизація складових системи управління фінансовими ресурсами підприємства, а також класифікація методів управління фінансовими ресурсами суб'єкта господарювання.

Система управління фінансовими ресурсами є складовою фінансового механізму підприємства. Якщо розглядати це поняття вужче, управління фінансовими ресурсами підприємства є системою принципів і методів розробки та реалізації управлінських рішень, пов'язаних з оптимальним їх формуванням із різноманітних джерел, а також забезпеченням ефективного їх використання у різних видах господарської діяльності підприємства [5].

Систему управління фінансовими ресурсами підприємства подано на рис. 1 [5].

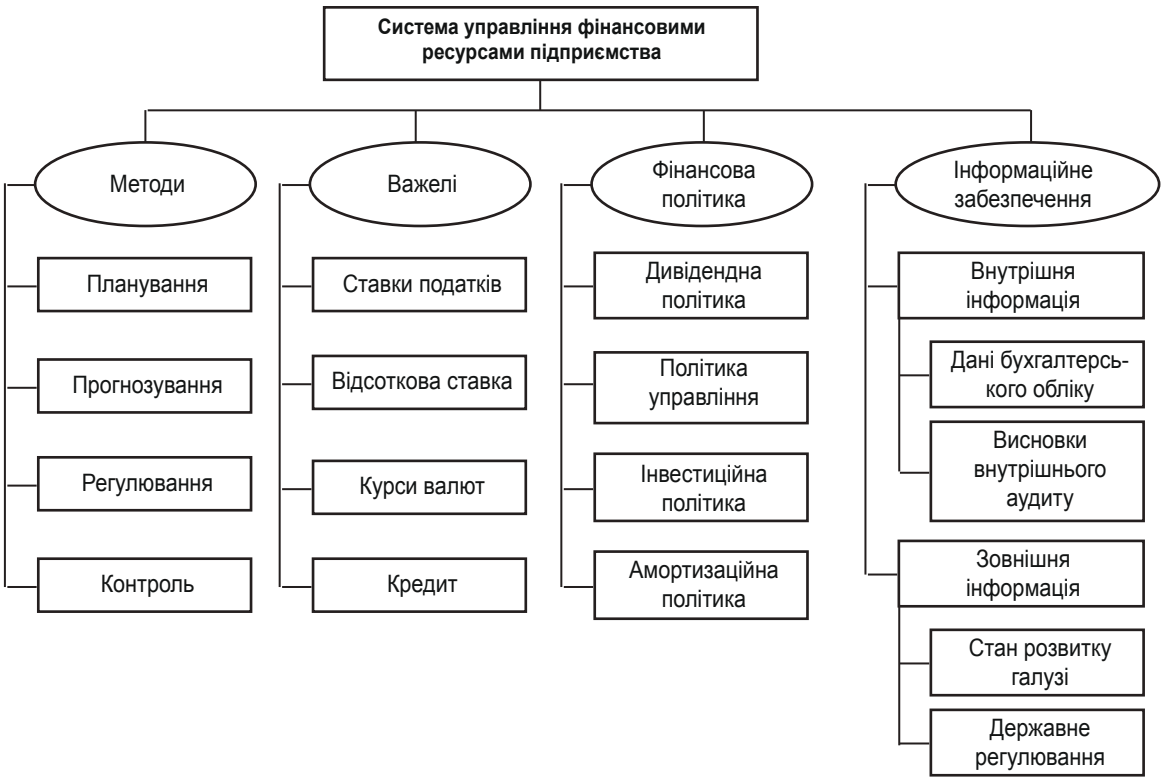


Рис. 1. **Система управління фінансовими ресурсами підприємства**

Отже, управління фінансовими ресурсами підприємства є складною системою, що охоплює різноманітні методи, важелі, інструменти фінансової політики та інформаційного забезпечення. Для прийняття якісних управлінських рішень важливо знати, які саме інструменти слід ураховувати під час формування й управління фінансовими ресурсами, як вони впливають на їх збалансованість та ефективність використання [4].

Управління фінансовими ресурсами підприємств розглядають як:

– один із найважливіших факторів забезпечення ефективної фінансово-господарської діяльності підприємства за сучасних умов;

– діяльність, що є спрямованою на оптимізацію фінансового механізму підприємства, координування фінансових операцій, забезпечення їх упорядкування та точного збалансування;

– процес управлінських дій у сфері формування та використання грошових коштів фондового та нефондового характеру [2].

Успішна діяльність підприємства неможлива без ефективного управління як формуванням, так і використанням фінансових ресурсів. Воно може бути спрямоване на:

– виживання за умов конкурентної боротьби;

– уникнення банкрутства та великих фінансових невдач;

– лідерство в боротьбі з конкурентами;

– збільшення ринкової вартості;

– забезпечення темпів зростання економічного потенціалу;

– зростання обсягів виробництва та реалізації;

– збільшення прибутку;

– зниження витрат;

– забезпечення рентабельної діяльності [3].

Складовими раціонального управління фінансовими ресурсами підприємства є:

– визначення та формулювання цілі управління фінансовими ресурсами підприємств, які мають узгоджуватися з наявним досвідом і даними;

– прийняття рішення щодо розподілу використання фінансових ресурсів, втілення цього рішення в дію;

– аналіз наслыдків впливу прийнятого рішення на фінансово-господарську діяльність суб'єкта господарювання, визначення необхідності зміни або модифікації рішення, урахування досягнених результатів у майбутньому [3].

Результати контролю періодично аналізуються задля внесення необхідних коректив, спрямованих на підвищення ефективності запроваджених заходів [4].

Розвитком фінансового управління в Україні зумовлено необхідність розширення переліку передусім тих методів управління, які можна успішно застосовувати на практиці з урахуванням особливостей управління фінансовими ресурсами за умов сьогодення.

На підставі аналізу літературних джерел розроблено класифікаційну схему розподілу методів управління фінансовими ресурсами підприємств на традиційні та прогресивні. Така класифікація дає змогу визначити три найважливіші особливості передових методів порівняно зі звичайними:

– реалізація передових методів передбачає застосування особливих фінансових інструментів – цінних паперів широкого функціонального складу;

– у класі передових методів виділяється особлива група методів, що дають змогу вирішити принципово інше, вагоміше з точки зору підвищення ефективності фінансово-господарської діяльності підприємств завдання оптимізації структури активів;

– складовими груп і підгруп передових методів є ті методи, що дозволяють залучати додаткові фінансові ресурси не тільки на національному, а й на міжнародних фінансових ринках (рис. 2) [5; 6].

Таким чином, управління фінансовими ресурсами є складною системою, основною метою якої є вибір дієвих інструментів усунення слабких місць в управлінні підприємством, які відповідають масштабам його кризового стану. Різноманітність інструментів системи управління фінансовими ресурсами дає змогу забезпечити реалізацію заходів щодо відновлення нормального розвитку підприємства.

Науковий керівник – д-р екон. наук, професор Внукова Н. М.

Література: 1. Бланк И. А. Финансовая стратегия предприятия. Киев : Ника-Центр ; Эльга, 2006. 520 с. **2.** Джерелейко С. Д. Управління фінансовими ресурсами промислових підприємств. *Сталий розвиток економіки.* 2010. № 1. С. 156–159. **3.** Зерова О. М. Сутність фінансового управління та його особливості в житлово-комунальному господарстві. URL: http://donnasa.ru/publish_house/journals/esgh/2009-4/04_zerova.pdf. **4.** Силка О. С. Управління фінансовими ресурсами підприємства. *Інноваційний потенціал української науки XXI сторіччя.* 2010. № 4. С. 48–53. **5.** Захаренко Н. С. Інструменти управління фінансовими ресурсами промислових підприємств. *Теоретичні і практичні аспекти економіки та інтелектуальної власності.* 2011. № 3. С. 94–97. **6.** Бердар М. М. Впровадження прогресивних методів управління фінансовими ресурсами підприємств у зовнішньоекономічній діяльності. *Формування ринкових відносин в Україні.* 2008. № 5 (84). С. 31–36. **7.** Ванькович Д. В. Удосконалення механізму реорганізації управління фінансовими ресурсами підприємств. *Фінанси України.* 2004. № 9. С.112–117.

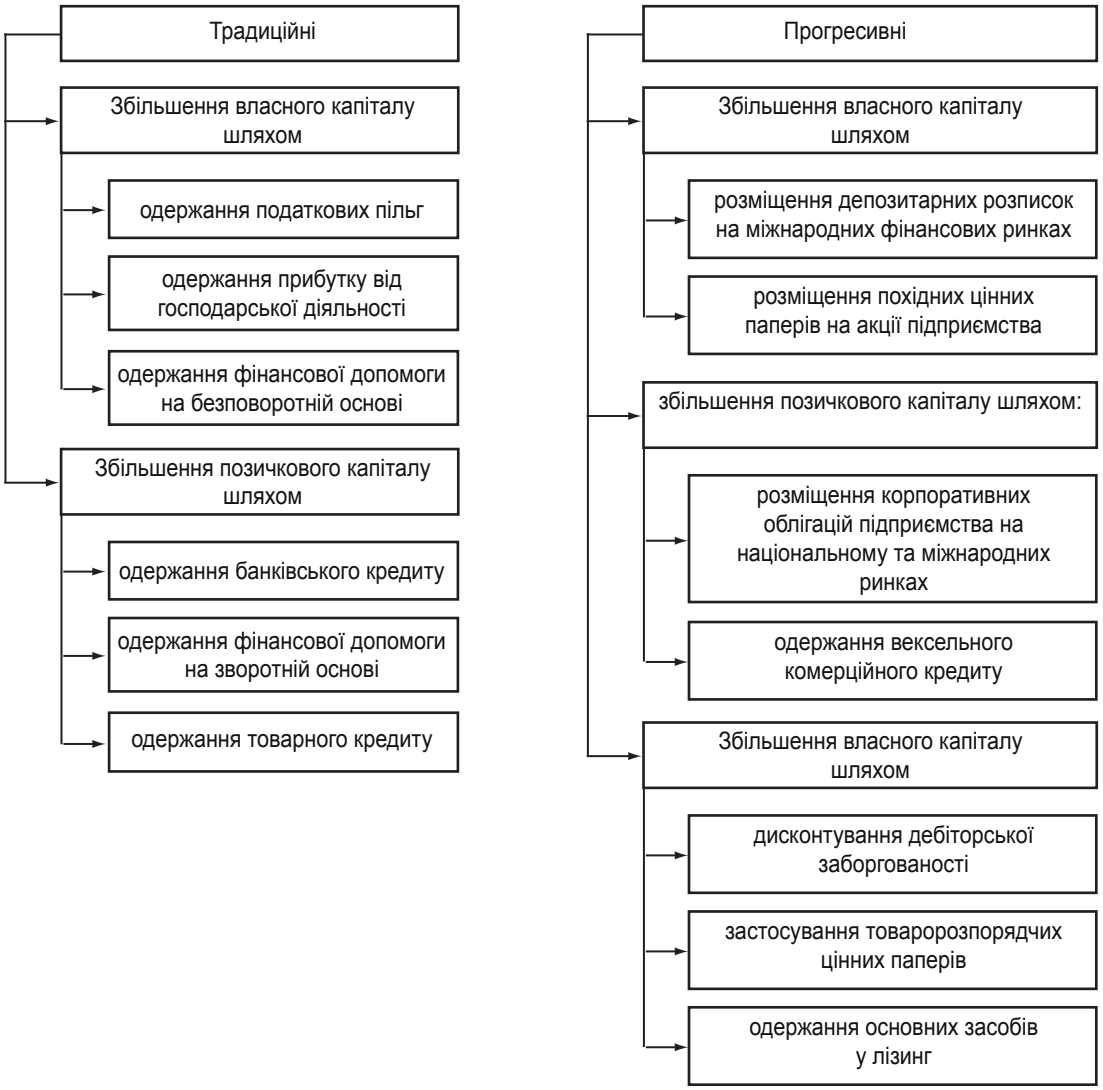


Рис. 2. **Методи управління фінансовими ресурсами підприємства**

ВИЗНАЧЕННЯ СУТНОСТІ ФІНАНСОВИХ РЕСУРСІВ ПІДПРИЄМСТВА

УДК 658.14/.17

Хоменко В. А.

Магістрант 2 року навчання
факультету заочної, дистанційної та післядипломної освіти ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Розглянуто сутність фінансових ресурсів підприємства, узагальнено й систематизовано наукові підходи до визначення цього поняття. Наведено класифікацію фінансових ресурсів підприємства залежно*

© Хоменко В. А., 2018

від джерел їх формування. Обґрунтовано важливість раціонального використання фінансових ресурсів як передумови успішного функціонування підприємства.

Ключові слова: *підприємство, організація, суб'єкт господарювання, фінанси, ресурси, фінансові ресурси, класифікація, класифікація фінансових ресурсів.*

Аннотация. *Рассмотрена сущность финансовых ресурсов предприятия, обобщены и систематизированы научные подходы к определению этого понятия. Приведена классификация финансовых ресурсов предприятия в зависимости от источников их формирования. Обоснована важность рационального использования финансовых ресурсов как предпосылки успешного функционирования предприятия.*

Ключевые слова: *предприятие, организация, субъект хозяйствования, финансы, ресурсы, финансовые ресурсы, классификация, классификация финансовых ресурсов.*

Annotation. *The essence of financial resources of the enterprise is considered, scientific approaches to definition of this concept are generalized and systematized. Classification of financial resources of the enterprise depending on sources of their formation is given. The importance of the rational use of financial resources as a prerequisite for the successful functioning of the enterprise.*

Keywords: *enterprise, organization, business entity, finance, resources, financial resources, classification, classification of financial resources.*

За сучасних ринкових умов ефективне функціонування підприємств є запорукою досягнення соціально-економічного розвитку нашої країни. У свою чергу, успішна діяльність підприємств істотно залежить від наявності у них необхідної кількості фінансових ресурсів, які відіграють важливу роль у виробництві продукції, інвестуванні, формуванні оборотних коштів, створенні фондів економічного стимулювання, виконанні зобов'язань перед бюджетом, фінансово-кредитною системою, постачальниками та працівниками, здійсненні міжгосподарських розрахунків.

Актуальність управління фінансовими ресурсами підприємств визначається певними умовами. На сьогодні загальною проблемою для підприємницьких структур є постійна нестача фінансових ресурсів. З огляду на це особливої уваги набувають питання щодо забезпечення їх фінансовими ресурсами в обсязі, достатньому для досягнення вільного маневрування власними та залученими коштами, забезпечення безперервного процесу виробництва й реалізації продукції, своєчасного виконання зобов'язань.

Питання формування й управління фінансовими ресурсами є предметом наукових досліджень багатьох вітчизняних науковців, серед них Бланк І. О., Буряк *Л. Д.*, Гудзь О. Є., Завгородній А. Г., Зятковський І. В., Кірейцев Г. Г., Опарін В. М., Романенко О. Р., Журавльова І. В. та ін.

Метою написання статті є систематизація підходів науковців до визначення сутності поняття «фінансові ресурси підприємства», а також класифікація джерел формування фінансових ресурсів суб'єкта господарювання.

Фінансові ресурси підприємства є запорукою стабільного процесу виробництва, його постійного зростання. Вони визначають конкурентоспроможність та інвестиційну привабливість суб'єкта господарювання на ринку. Перспективи розвитку підприємства визначаються його можливостями щодо нарощення та залучення фінансових ресурсів.

Від сформованого обсягу фінансових ресурсів на підприємстві залежать можливості збільшення оборотних коштів, проведення необхідних капітальних інвестицій, виконання фінансових зобов'язань підприємства, забезпечення потреб колективу організації. Брак фінансових ресурсів негативно впливає на виробничо-господарську діяльність підприємства, унеможливлює фінансування його подальшого розвитку, сприяє виникненню та зростанню заборгованостей [4].

Склад і структура фінансових ресурсів залежать від того, до якої галузі економіки належить підприємство. Найвагомішим є вплив факторів виробничого, економічного й організаційного характеру.

Роботи вітчизняних і зарубіжних науковців містять всебічний аналіз сутності фінансових ресурсів як економічної категорії. Однак, поняття фінансових ресурсів підприємства є дуже багатоаспектним, і в економічній літературі не існує єдиного підходу до визначення його сутності. На підставі властивостей фінансових ресурсів підприємств узагальнено підходи до визначення їх сутності (табл. 1) [1–8].

На підставі узагальнення й систематизації підходів науковців до визначення сутності поняття «фінансові ресурси підприємства» можна стверджувати, що серед науковців не існує єдиної точки зору щодо визначення сутності цього поняття та його ролі у процесі функціонування підприємства.

Фінансові ресурси підприємства нерозривно пов'язані з відтворювальними процесами, є матеріальними носіями фінансових відносин, необхідною умовою здійснення розширеного відтворення на всіх його стадіях і в усіх його формах. Від того, наскільки ефективно формуються та використовуються фінансові ресурси, залежать темпи

економічного зростання країни, оскільки вони обслуговують основну сферу суспільного виробництва, де формується переважна маса державних фінансових ресурсів і створюються матеріальні та нематеріальні блага.

Таблиця 1

Узагальнення підходів науковців до визначення сутності поняття «фінансові ресурси підприємства»

Визначення	Автор
Грошові доходи та надходження підприємства, що є призначеними для виконання його фінансових зобов'язань і фінансування витрат щодо забезпечення розширеного відтворення	Кірейцев Г. Г. [6]
Сукупність грошових фондів цільового призначення, сформованих у процесі розподілу та перерозподілу валового внутрішнього продукту, створеного на підприємстві, якими воно розпоряджається на правах власності й використовує на статутні потреби	Опарін В. М. [7]
Акумульовані грошові кошти з різних джерел, які перебувають у господарському обігу та є необхідними для покриття потреб	Романенко О. Р. [8]
Сукупність акумульованих власних і позикових коштів та їх еквівалентів у формі цільових грошових фондів підприємства, призначених для забезпечення його господарської діяльності в майбутньому періоді	Бланк І. О. [1]
Грошові кошти, які є в розпорядженні підприємства, призначені для здійснення поточних витрат і витрат із розширеного відтворення, для виконання фінансових зобов'язань та економічного стимулювання працівників	Завгородній А. Г. [4]
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	Гудзь О. Є. [3]
Частина коштів суб'єктів господарювання, яка перебуває у їх розпорядженні та спрямовується на виробничий, соціальний розвиток і матеріальне заохочення	Буряк Л. Д. [2]
Сума грошових резервів і надходжень, якими розпоряджається підприємство на правах власності, повного господарського відання й оперативного управління та використовує на статутні потреби	Зятковський І. В. [5]

Залежно від джерел формування фінансові ресурси розподіляють на три групи (рис. 1) [6].

Рис. 1. **Джерела формування фінансових ресурсів підприємства**

До фінансових ресурсів, сформованих за рахунок власних і прирівняних до них засобів, належать прибуток від основної діяльності, надходження від засновників при формуванні статутного капіталу, прибуток від реалізації майна, що вибуло; прибуток від позареалізаційних операцій, амортизаційні відрахування, інші внески, стійкі пасиви та ін.

До фінансових ресурсів, сформованих за рахунок мобілізації ресурсів на фінансовому ринку, належать кошти від емісії та продажу цінних паперів; банківські кредити, позики юридичних і фізичних осіб, факторинг, фінансовий лізинг тощо.

Фінансові ресурси, що надходять у порядку перерозподілу, – це страхові відшкодування, дивіденди та відсотки за цінними паперами інших емітентів; ресурси, отримані від концернів, асоціацій, головних компаній; бюджетні асигнування [7; 9].

Таким чином, поняття фінансових ресурсів підприємства є дуже багатоаспектним, і на сьогодні не існує єдиної точки зору щодо визначення його сутності. Залежно від джерел формування фінансові ресурси розподіляють на власні та прирівняні до них засоби, мобілізовані на фінансовому ринку, а також фінансові ресурси, отримані в порядку перерозподілу.

Науковий керівник – д-р екон. наук, професор Внукова Н. М.

Література: 1. Бланк И. А. Финансовая стратегия предприятия. Киев : Ника-Центр ; Эльга, 2006. 520 с. **2.** Буряк Л. Д. Фінансові ресурси підприємства. *Фінанси Украни.* 2000. № 9. С. 38–47. **3.** Гудзь О. Є. Фінансові ресурси сільськогосподарських підприємств : монографія. Київ : ННЦ ІАЕ, 2007. 578 с. **4.** Завгородній А. Г., Вознюк Г. Л., Смовженко Т. С. Фінансовий словник. Київ : Знання, 2000. 568 с. **5.** Зятьковський І. В. Фінанси підприємств : навч. посіб. Київ : Кондор, 2003. 362 с. **6.** Кірейцев Г. Г. Фінанси підприємств : навч. посіб. / за ред. Г. Г. Кірейцева. Київ : Центр навч. літ., 2002. 268 с. **7.** Опарін В. М. Фінансові ресурси та суспільний капітал. *Вісник НБУ.* 2001. № 7. С. 26–28. **8.** Романенко О. Р. Фінанси : підручник. Київ : Центр навч. літ., 2009. 312 с. **9.** Журавльова І. В., Ястремська О. М., Меренкова Л. О., Кузенко Т. Б. Фінанси підприємств: теоретико-методичне забезпечення формування та відтворення : монографія. Харків : ХНЕУ, 2010. 428 с.

ВИЗНАЧЕННЯ ВПЛИВУ ФАКТОРІВ НА ВАРТІСТЬ ЖИТЛА НА ВТОРИННОМУ РИНКУ ЖИТЛОВОЇ НЕРУХОМОСТІ

УДК 332.812.12:338.51(477.54)

Чепченко Я. С.

Студент 4 курсу
фінансового факультету ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Визначено фактори, що впливають на вартість житла на вторинному ринку нерухомості. Досліджено підходи науковців до розрахунку коефіцієнтів залежності вартості житла від визначених факторів. За допомогою Microsoft Excel створено базу даних житла на вторинному ринку нерухомості Харкова. Розраховано коефіцієнти залежності вартості 1 м² житла станом на кінець першого кварталу 2018 р.*

Ключові слова: *нерухомість, житлова нерухомість, вторинний ринок нерухомості, вартість житла, коефіцієнти залежності.*

© Чепченко Я. С., 2018

Аннотация. *Определены факторы, влияющие на стоимость жилья на вторичном рынке недвижимости. Исследованы подходы ученых к расчету коэффициентов зависимости стоимости жилья от определенных факторов. С помощью Microsoft Excel создана база данных жилья на вторичном рынке недвижимости Харькова. Рассчитаны коэффициенты зависимости стоимости 1 м² жилья по состоянию на конец первого квартала 2018 г.*

Ключевые слова: *недвижимость, жилая недвижимость, вторичный рынок недвижимости, стоимость жилья, коэффициенты зависимости.*

Annotation. *The factors influencing the cost of housing in the secondary real estate market are determined. Approaches of scientists to calculation of coefficients of dependence of cost of housing on certain factors are investigated. With the help of Microsoft Excel created a database of housing in the secondary real estate market of Kharkov. The coefficients of the dependence of the cost of 1 m² of housing at the end of the first quarter of 2018 are calculated.*

Keywords: *real estate, residential real estate, secondary real estate market, housing cost, dependence coefficients.*

За умов економічної нестабільності в країні більшість фінансових і нефінансових сфер економіки переживають стадію стагнації та потребують конструктивних рішень, які реалізуються шляхом використання різноманітних аналітичних та інноваційних методів. Однією з таких сфер є сфера нерухомості. Ураховуючи нестабільність змін вартості житлової нерухомості в Україні, що є пов'язаною із недостатньо розвиненим фінансовим ринком, суперечливою валютною та монетарною політикою Національного банку України, політичною кризою законодавчої та виконавчої влади, актуальним є питання оцінки нерухомості, що передбачає визначення факторів впливу на вартість житла на ринку нерухомості, а також розрахунок коефіцієнтів, які враховують певні відмінності відповідно до поточного стану ринку нерухомості. З огляду на високу цінність для практичної діяльності оцінювачів наявності системи показників оцінки реальної вартості житлової нерухомості тематика дослідження є актуальною.

Дослідженням питань виділення та розрахунками коефіцієнтів, які впливають на вартість житла, займалися і займаються чимало науковців, серед них Мірзоян Н. В., Кучеренко В. М., Заєць М. А. ,Захарченко О. В., Сментина Н. В., Улибіна В. О. та ін.

На підставі аналізу чинних методик оцінки сформовано систему показників, які впливають на вартість житла на вторинному ринку нерухомості, це технічний стан квартири (стан оздоблення), місце розташування будинку, тип будинку, кількість кімнат у квартирі, поверх розташування квартири, наявність рухомого майна (меблів). Кожний із науковців створює власну умовну градацію показників і розраховує їх відповідно до ринку.

Для розрахунку коефіцієнтів, які ураховують залежність вартості житла від певних факторів, сформовано базу даних квартир на вторинному ринку нерухомості в Харкові в Microsoft Excel з 01.01.2018 р. до 01.04.2018 р. База містить 3500 об'єктів, зібраних на різних інтернет-ресурсах, де пропонуються квартири Харкові, і охоплювала такі позиції: побутовий район, поверх, технічний стан, тип будинку, кількість кімнат, наявність меблів [3; 4].

Із застосуванням функції Microsoft Excel «=СРЗНАЧ» розраховано середнє значення показників за категоріями та співвіднесено їх. Так, середнє значення вартості двокімнатних, трикімнатних і чотирикімнатних квартир співвіднесено із середньою вартістю однокімнатних, оскільки на ринку нерухомості вартість 1 м² однокімнатних квартир є найвищою аналогічно до інших категорій. Задля адекватності отриманих даних розраховано коефіцієнт варіації, який показує рівень розкиду цін. Коефіцієнт варіації розраховують як співвідношення стандартного відхилу (=СТАНДОТКЛОН) від середнього значення (=СРЗНАЧ). Задовільним у випадку такої вибірки вважають значення коефіцієнта варіації, що не перевищує 0,3 (30 %). Отже, отримано результати розрахунків; коефіцієнти залежності вартості житла на вторинному ринку від розташування подано на рис. 1 [4].

Бачимо (рис. 1), що простежується коефіцієнтна залежність від віддаленості від центральних районів вартості житла у відповідних районах, а також від інших особливостей: престижність і благополуччя району, його інфраструктура, транспортна розв'язка (близькість станцій метро і зупинок транспорту), близькість освітніх і медичних установ, торговельних, розважальних і культурних центрів. Важливе значення має також екологічна обстановка, наявність об'єктів рекреації, перспективи розвитку району. З урахуванням цих факторів вартість квартир є неоднаковою для різних районів, однаково віддалених від центру міста.

Коефіцієнти залежності вартості 1 м² житла на вторинному ринку від типу будинку подано на рис. 2 [3; 4].

Бачимо (рис. 2), що тип будинку, його «вік», стан, матеріал споруди також істотно впливають на вартість житла: чим новішим є будинок, тим більше він цінується. Винятком на вторинному ринку Харкова є «сталінки», сконцентровані переважно в центрі та прилеглих районах міста, особливостями яких є велика площа квартир і високі стелі.

Будинком покращеного планування вважають такий, у якому площа кухні сягає 8–12 м², старим фондом вважають старий цегляний будинок поверховістю два-три поверхи.

Коефіцієнти залежності вартості житла на вторинному ринку від стану квартири подано на рис. 3 [3; 4].

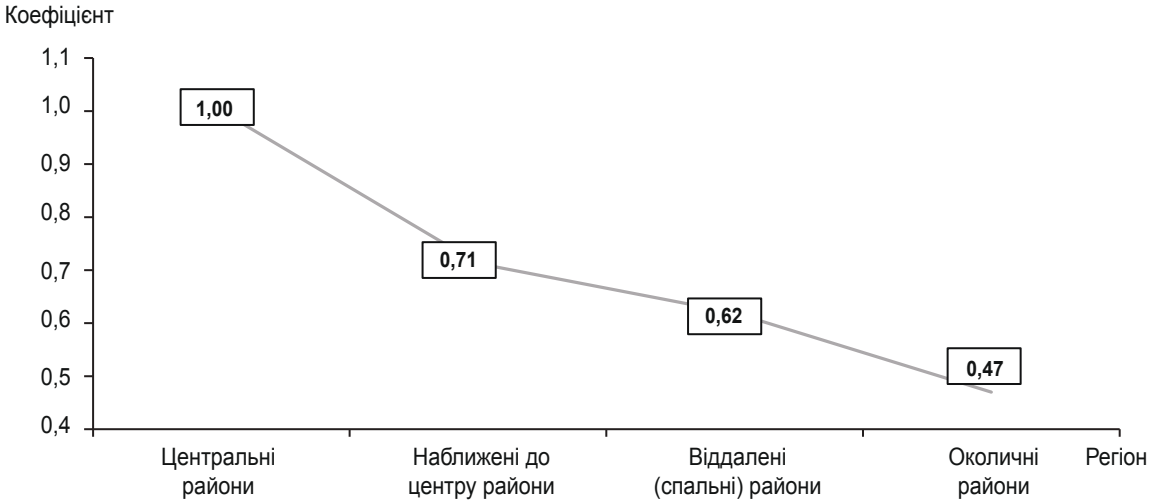


Рис. 1. **Коефіцієнти залежності вартості житла на вторинному ринку від розташування**

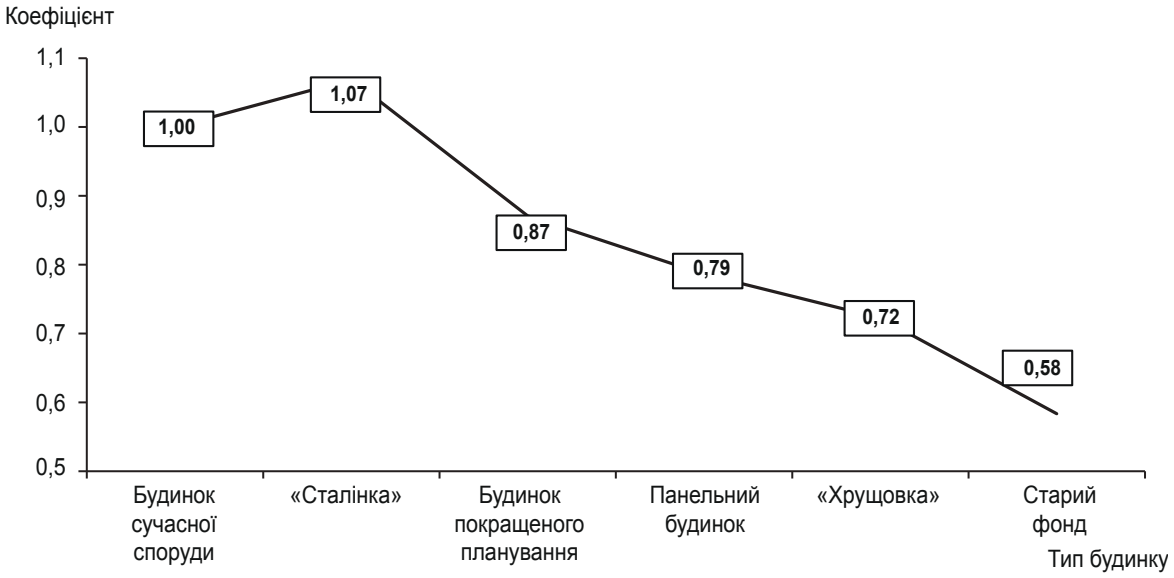


Рис. 2. **Коефіцієнти залежності вартості 1 м² житла на вторинному ринку від типу будинку**

Істотною відмінністю між капітальним ремонтом і косметичним є заміна труб, проводки та інших технічних пристосувань.

Коефіцієнти залежності вартості житла на вторинному ринку від кількості кімнат у квартирі подано на рис. 4 [3; 4].

Бачимо (рис. 4), що на вторинному ринку 1 м² квартири меншого розміру коштує трохи більше 1 м² квартири більшого розміру: 1 м² однокімнатної квартири є дорожчим від 1 м² двокімнатної або трикімнатної квартири. Виняток становить сегмент елітного житла: квартири великого метражу із дорогим ремонтом, вартість 1 м² яких іноді може перевищувати вартість 1 м² аналогічних за місцем розташування і рівнем обробки однокімнатних варіантів на 10–15 % і навіть більше.

Коефіцієнти залежності вартості житла на вторинному ринку від поверху розташування квартири подано на рис. 5 [4].

Зауважимо, що умовно поверхи в будинку можна розподілити на перший, середні й останній. Квартири, розташовані на першому поверсі (без урахування варіантів, які можна перевести у нежитловий фонд для використання в комерційних цілях), зазвичай є дешевшими через вогкість, вищий рівень шуму, низьку інсоляцію, підвищену вірогідність проникнення до квартири злодіїв. Останній поверх у типових будинках, як правило, є дешевшим за інші з огляду на можливі проблеми з дахом і стелями, а також за відсутності в будинку ліфта або високу ймовірність його поломки. У відносно нових будинках верхній поверх може бути дорожчим за перший за наявності технічного поверху.

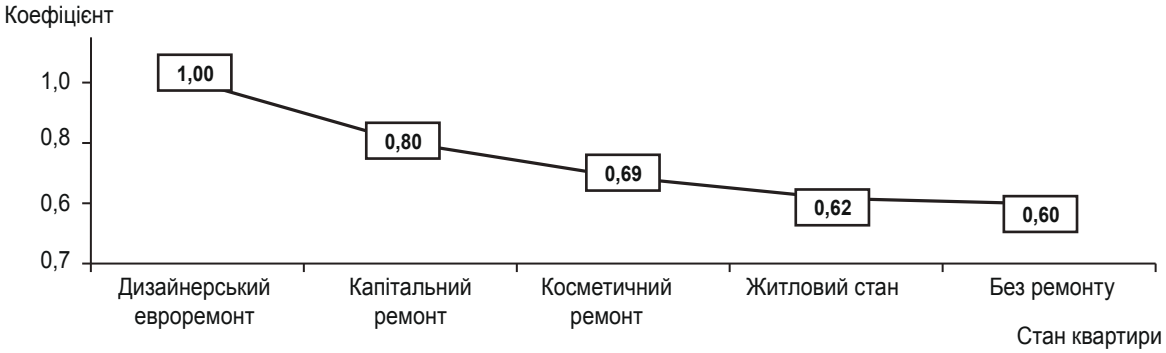


Рис. 3. **Коефіцієнти залежності вартості житла на вторинному ринку від стану квартири**

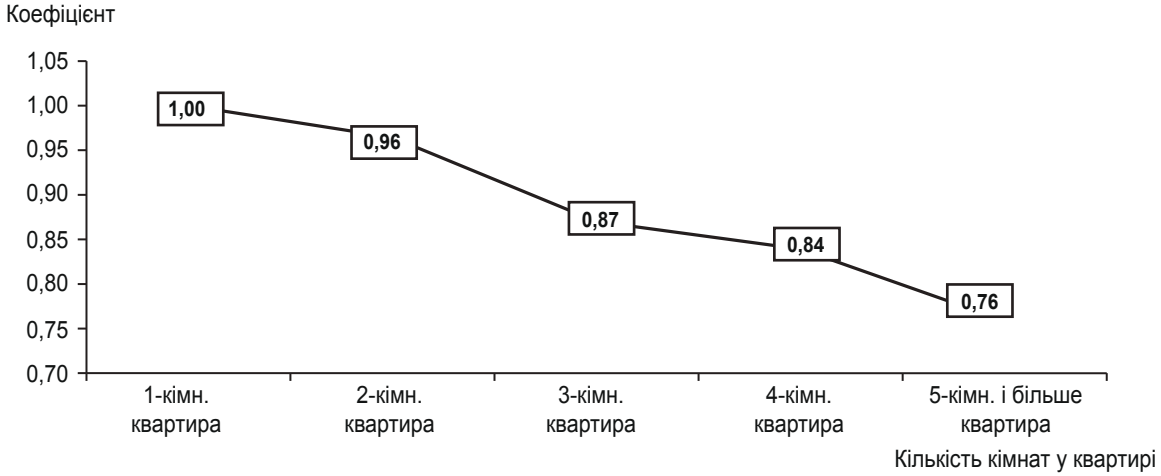


Рис. 4. **Коефіцієнти залежності вартості житла на вторинному ринку від кількості кімнат у квартирі**

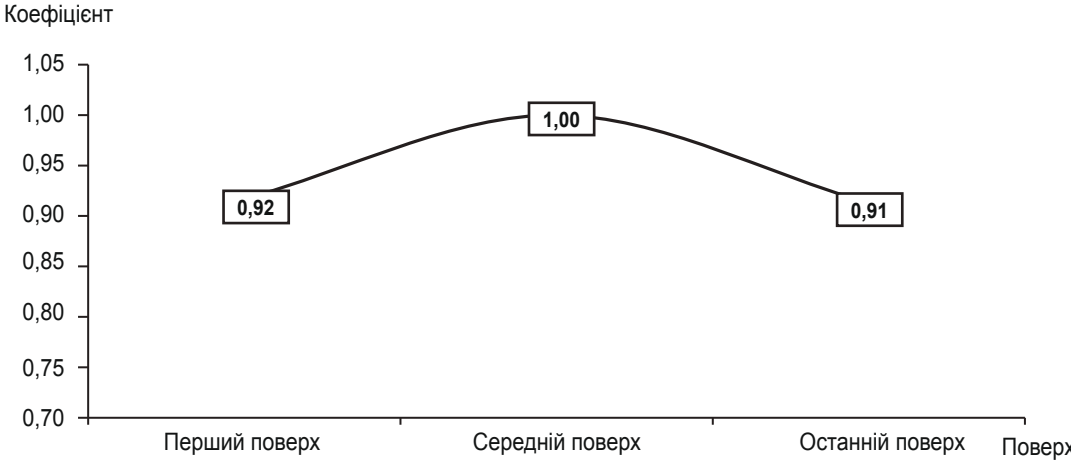


Рис. 5. **Коефіцієнти залежності вартості житла на вторинному ринку від поверху розташування**

Коефіцієнти залежності вартості житла на вторинному ринку від наявності меблів подано на рис. 6 [4].

У ході аналізу ринку встановлено, що близько 25 % квартир на вторинному ринку виставляються на продаж частково або повністю мебльованими. Наявність вбудованої або всіх меблів, як правило, стриває підвищенню ціни пропонованої квартири. При цьому різниця в цінових показниках є визначуваною як якістю меблів, так і індивідуальними умовами продажу квартири.

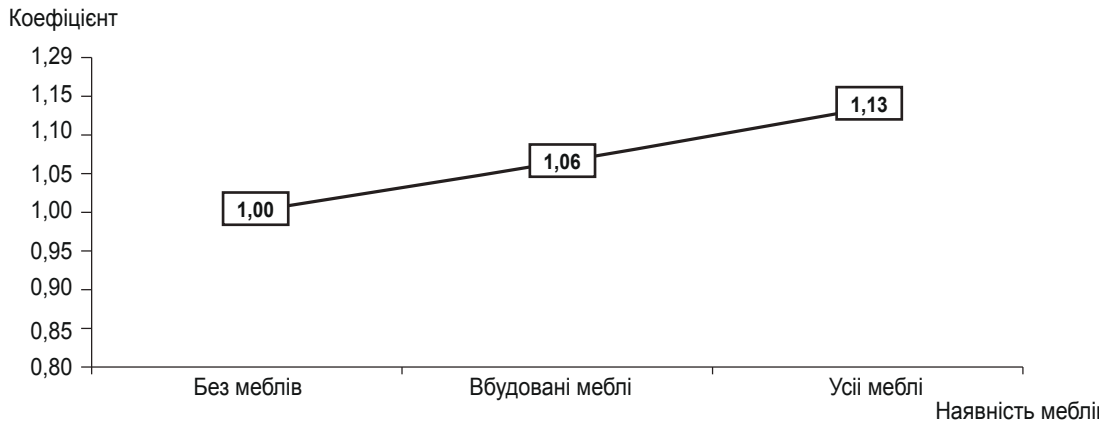


Рис. 6. **Коефіцієнти залежності вартості житла на вторинному ринку від наявності меблів**

Таким чином, на підставі розрахунку впливу факторів на вартість житла на вторинному ринку нерухомості на прикладі Харкова отримано сучасне значення показників, які можна використовувати професійним оцінювачам при розрахунках вартості об'єктів житлової нерухомості. Ці показники є актуальними й вирішують питання отримання реальної вартості житла, оскільки на них впливають чимало факторів, які було враховано, серед них змінна вартості меблів, оздоблення, будування нових ліній метрополітену, кількість об'єктів комерційної нерухомості поблизу об'єкта нерухомості, що створює підвищений рівень інфраструктури (магазини, торговельні центри, бізнес-центри). Розраховані коефіцієнти є дійсними станом на кінець першого кварталу 2018 р. Для актуалізації слід щоквартально здійснювати перегляд значень коефіцієнтів, однак, можливість використання їх протягом кварталу значно спрощує діяльність оцінювачів і, що важливо, створює підґрунтя для єдиного підходу до об'єктивного оцінювання об'єктів житлової нерухомості з урахуванням усіх їх особливостей. Запропонований у статті підхід до оцінки житлової нерухомості на підставі визначення впливу різних факторів на її вартість може бути застосований також і для оцінки комерційної нерухомості.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Андрійченко Ж. О.

Література: 1. Мирзоян Н. В. Оценка стоимости недвижимости. М. : Московская финансово-промышленная академия, 2005. 198 с. **2.** Кучеренко В. Г., Заєць М. А., Захарченко А. В., Сментіна Н. В. Оцінка та управління нерухомістю: навч. посіб. Одеса : Лерадрук, 2013. 272 с. **3.** Сервис объявлений OLX. URL: https://www.olx.ua. **4.** Жилая недвижимость // Сайт рекламных объявлений «Премьер». URL: https://premier.ua/zhilaia-nedvizhimost.

РОЗРОБКА ФІНАНСОВОЇ СТРАТЕГІЇ ТОРГОВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА ТА ЗАХОДІВ ЩОДО КОНТРОЛЮ ЗА ЇЇ РЕАЛІЗАЦІЄЮ

УДК 330.37:336

Чернічкіна А. В.

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

Анотація. *Із застосуванням методів стратегічного планування досліджено фактори впливу зовнішнього та внутрішнього середовища суб'єкта господарювання торговельної галузі. На підставі цілепокладання побудовано дерево цілей для підприємства. Розроблено фінансову стратегічну модель і стратегічну карту торговельного підприємства.*

Ключові слова: *підприємство, організація, суб'єкт господарювання, фінанси, фінансова стратегія, цілепокладання, дерево цілей, стратегічна карта.*

Аннотация. *С применением методов стратегического планирования исследованы факторы влияния внешней и внутренней среды субъекта хозяйствования торговой отрасли. На основании целеполагания построено дерево целей для предприятия. Разработана финансовая стратегическая модель и стратегическая карта торгового предприятия.*

Ключевые слова: *предприятие, организация, субъект хозяйствования, финансы, финансовая стратегия, целеполагание, дерево целей, стратегическая карта.*

Annotation. *Using the methods of strategic planning, the factors of influence of the external and internal environment of the business entity of the trade industry are investigated. On the basis of goal setting, a tree of goals for the enterprise was built. A strategic financial model and a strategic map of the trading enterprise have been developed.*

Keywords: *enterprise, organization, business entity, finance, financial strategy, goal setting, goal tree, strategic map.*

За сучаснихї умов зростає кількість підприємств, що визнають потребу у свідомому перспективному управлінні фінансовою діяльністю на підставі наукових методик передбачення її напрямків, адаптації до загальних цілей розвитку підприємства й умов зовнішнього середовища. Ефективним інструментом перспективного управління фінансовою діяльністю підприємства є фінансова стратегія. Кожний суб'єкт господарювання має свої особливості, тому визначити єдиний підхід до вибору фінансової стратегії неможливо. Тому актуальною є розробка стратегії управління фінансовими ресурсами на підставі аналізу діяльності підприємства.

Аналіз публікацій з приводу методичних підходів до розробки фінансової стратегії підприємства дає підстави говорити про значне збільшення їх кількості останнім часом, що підтверджує актуальність обраної теми. Питання методичних підходів до розробки фінансової стратегії підприємства є предметом наукових досліджень багатьох вітчизняних науковців, серед них Іваніщева А. В., Мельник *Д. Л.*, Наливайко А. П., Панченко А. І., Хрущ Н. А., Цигилик І. І. та ін.

Метою написання статті є узагальнення методичних підходів до розробки фінансової стратегії торговельного підприємства.

На першому етапі розробки фінансової стратегії підприємства проводять дослідження зовнішнього та внутрішнього середовища суб'єкта господарювання із застосуванням матриць SWOT-аналізу та PEST-аналізу. Другим етапом є цілепокладання. Дерево цілей для підприємства охоплює чотири основні напрямки: фінанси, бізнес-процеси, клієнти та персонал. Наступним етапом є розробка фінансової стратегії, модель якої подано в табл. 1 [3].

Останнім етапом є розробка стратегічної карти, яку будують на підставі стратегічної моделі підприємства (рис. 1) [3; 4].

© Чернічкіна А. В., 2018

Таблиця 1

Модель фінансової стратегії суб'єкта господарювання

Ціль	Показники досягнення цілі						
	Назва	Цільове значення	Максимально можливе значення	Мінімально допустиме значення	Фактичне значення	Цільова дата	Динаміка
1	2	3	4	5	6	7	8
Підвищення конкурентоспроможності на ринку							
Збільшення частки ринку	Частка ринку	15 %	15	8	11,08	31.12.2020	+
Збільшення рівня рентабельності	Чистий збиток	60 %	3887,25	9329,4	15549	31.12.2019	-
Забезпечення фінансової рівноваги	Капітал	45 %	-20098	-40197,3	-36543	31.12.2018	+
Забезпечення фінансової стійкості та платоспроможності	Грошові кошти	200 %	5308	2919,4	2654	31.12.2018	+
Зниження обсягу витрат на запаси	Витрати на запаси	20 %	278736,8	383263,1	348421	31.12.2018	-
Підвищення обсягу продажів продукції	Кількість проданих авто	15 %	127	110	110	31.12.2018	+
	Дохід від проданих аксесуарів	10 %	1481,7	1279,65	1347	31.12.2018	+
Підвищення обсягу наданих робіт	Дохід від наданих робіт	15 %	2277	1881	1980	31.12.2018	+
Зниження витрат	Собівартість робіт	5 %	1864,85	1963	1963	31.12.2018	-
Розробка системи управління якістю продукції	Частка браку	2 %	5	7	7	30.06.2018	-
	Відсоток своєчасної закупки запчастин	100 %	100	93	95	30.06.2018	+
Зменшення субпідрядних робіт	Процент робіт на субпідряді	15 %	376312	464857	442721	31.12.2018	-
Забезпечення контролю за роботами СТО	Відсоток робіт, виконаних у строк	100 %	100	94	94	30.06.2018	+
	Відсоток проведених перевірок від запланованих	100 %	100	95	95	31.12.2018	+
	Відсоток скарг клієнтів на виконані роботи	75 %	10	40	40	31.12.2018	-
Забезпечення якості виконуваних робіт	Частка гарантійних випадків	25 %	135	100	108	31.12.2019	+
Проведення точного обліку запчастин на складі	Відсоток звітів, наданих у строк	100%				31.12.2018	+
Підвищення задоволеності клієнтів	Процент незадоволених клієнтів	2 %	2	3	3	31.12.2019	-
Збільшення кількості клієнтів	Кількість клієнтів	5000	5000	3000	4500	31.12.2019	+
	Кількість залучених клієнтів	600	600	200	250	31.12.2019	+
Забезпечення оптимальної кількості працівників	Кількість працівників	40	50	25	35	31.12.2019	+
Підвищення продуктивності праці	Система мотивації	100 %	100	25	45	31.12.2019	+
Підвищення кваліфікації працівників	Відсоток кваліфікованих працівників	90 %	100	65	75	31.12.2019	+

Закінчення табл. 1

1	2	3	4	5	6	7	8
	Витрати на навчання працівників	15 %	34,5	10	30	31.12.2019	+
	Кількість програм з підвищення кваліфікації	3	5	1	1	31.12.2020	+

Розроблена фінансова стратегія підприємства забезпечуватиме:

– формування й ефективне використання фінансових ресурсів;

– виявлення найефективніших напрямків інвестування та зосередження фінансових ресурсів на цих напрямках;

– відповідність фінансових дій економічному стану та матеріальним можливостям підприємства;

– визначення головної загрози з боку конкурентів, правильний вибір напрямків фінансових дій і маневрування для досягнення вирішальної переваги над конкурентами;

– формування ефективних фінансових результатів діяльності суб'єкта господарювання.

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

Література: 1. Цигилик І. І., Бойчук О. М. Роль аналізу фінансової діяльності в системі стратегічного управління. *Економіка. Фінанси. Право.* 2010. № 7. С. 9–14. **2.** Баринов В. А., Харченко В. Л. Стратегический менеджмент : учебник. М. : Инфра-М, 2005. 238 с. **3.** Леспух О. В., Передерієнко Н. І. Фінансова стратегія в системі управління підприємством. *Менеджмент виробництва.* 2011. № 8. С. 131–136. **4.** Хрущ Н. А. Стратегії компанії: механізми формування та адаптації в сучасному інвестиційному середовищі. *Фінанси України.* 2008. № 8. С. 45–52. **5.** Кіндрацька Г. І. Стратегічний менеджмент : навч. посіб. Київ : Знання, 2010. 406 с.

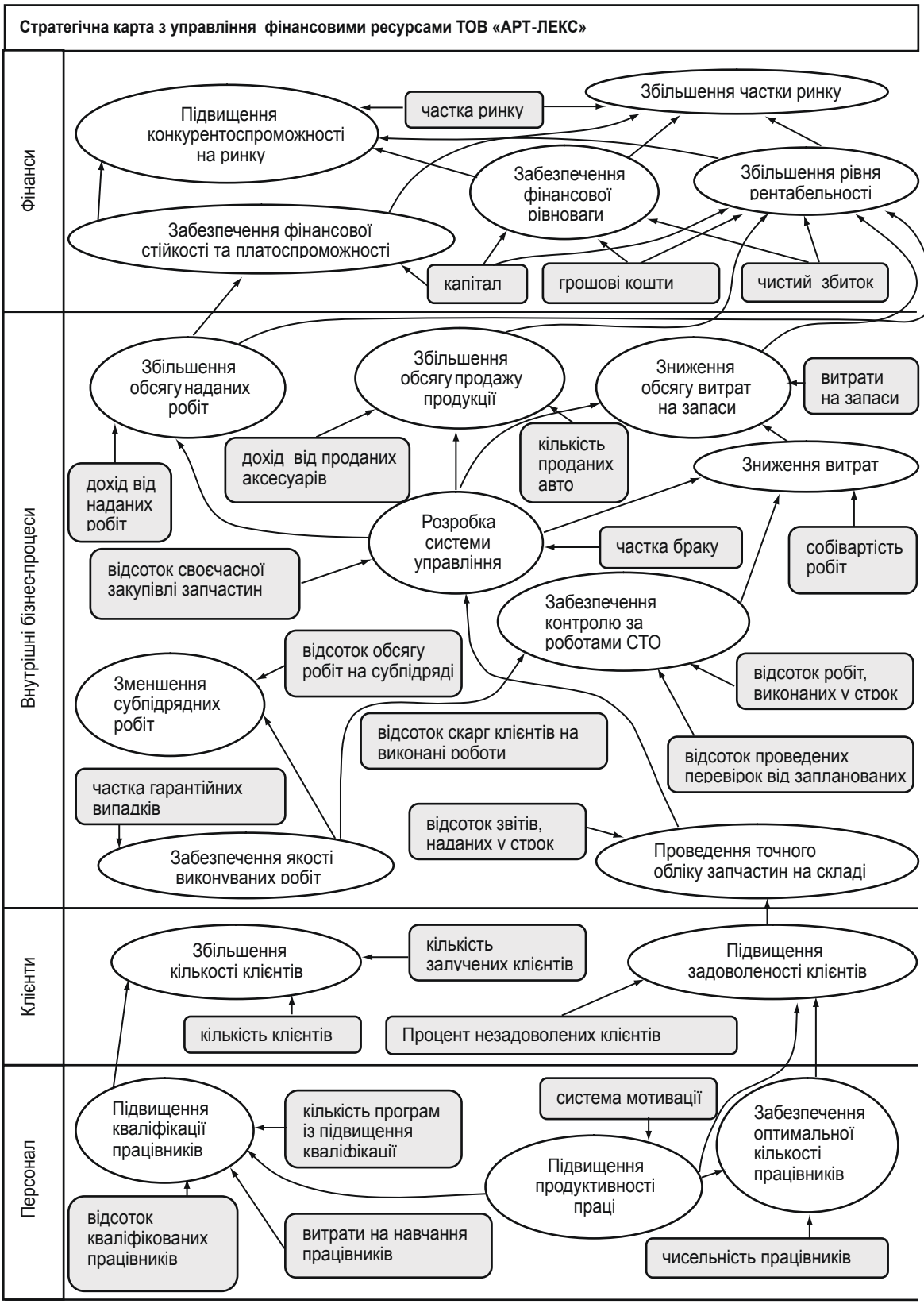


Рис. 1. **Стратегічна карта ТОВ «АРТ-ЛЕКС»**

АНАЛІЗ СУЧАСНОГО СТАНУ МАШИНОБУДІВНОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ

УДК 336.67

Шуміліна М. Д.

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

Анотація. *Проаналізовано діяльність вітчизняних машинобудівних підприємств. Деталізовано їх стан, проблеми та перспективи розвитку як важливі передумови забезпечення ефективного функціонування економіки України. Досліджено стан і тенденції розвитку машинобудівного комплексу України у 2010–2016 рр.*

Ключові слова: *підприємство, машинобудування, машинобудівна галузь, обсяги виробництва, питома вага машинобудування, продукція машинобудування, промислова продукція.*

Аннотация. *Проанализирована деятельность отечественных машиностроительных предприятий. Детализированы их состояние, проблемы и перспективы развития как важные предпосылки обеспечения эффективного функционирования экономики Украины. Исследованы состояние и тенденции развития машиностроительного комплекса Украины в 2010–2016 гг.*

Ключевые слова: *предприятие, машиностроение, машиностроительная отрасль, объемы производства, удельный вес машиностроения, продукция машиностроения, промышленная продукция.*

Annotation. *The activity of domestic machine-building enterprises is analyzed. Detailed s state, problems and prospects of development as important prerequisites for the effective functioning of the economy of Ukraine. The state and tendencies of development of machine-building complex of Ukraine in 2010–2016 are investigated.*

Keywords: *enterprise, mechanical engineering, machine-building industry, production volumes, share of mechanical engineering, mechanical engineering products, industrial products.*

Сучасне машинобудування розглядають як великий комплекс, від діяльності якого залежать стан і якісний рівень виробничого апарату країни. Машинобудування є основою економічного потенціалу країни, від рівня ефективності діяльності підприємств якого залежить стан її соціально-економічного розвитку. Тому дослідження стану та тенденцій розвитку машинобудівної галузі, виявлення проблем і визначення перспектив є актуальним і своєчасним, оскільки Україна має великий потенціал природних та інтелектуальних ресурсів, щоб посідати провідне місце серед країн світу у галузі машинобудування.

Проблеми сучасного стану вітчизняного машинобудування є предметом наукових досліджень багатьох вітчизняних науковців, серед них Васюк Н. В., Чумакова Т. М., Лобач В. В., Колісник М. К., Дзюба М. І., Панченко О. М., Приз О. В. та ін.

Метою написання статті є дослідження сучасного стану вітчизняного машинобудівного комплексу, визначення ролі та місця машинобудування в економіці країни, виявлення основних проблем і визначення перспектив розвитку галузі.

На сьогодні машинобудування розглядають як найбільший комплекс, від діяльності якого залежить конкурентоспроможність товарів і послуг як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринках. Машинобудівний комплекс України має дуже складну структуру. Галузі загального вітчизняного машинобудування станом на 1 січня 2018 р. нараховували понад 2017 підприємств різних форм власності і призначення [3].

Машинобудівний комплекс чи не найбільше постраждав від економічної кризи. Нині підприємства галузі змушені функціонувати за умов жорсткої конкуренції з боку іноземних виробників і відсутності розвинених ринків збуту.

Згідно із Постановою Кабінету Міністрів України від 18.04.2006 р. № 516 «Про затвердження Державної програми розвитку машинобудування на 2006–2011 роки» машинобудуванню належить 57 науково-дослідних організацій, 25 із них перебувають у державній власності, 15 % вартості основних засобів і майже 6 % оборотних активів вітчизняної промисловості із загальною кількістю працівників понад 570 тисяч осіб (за даними Державного комітету статистики на 2017 р.) [3]. Машинобудування України об'єднує 38 галузей, 58 підгалузей і практично повністю охоплює виробничі цикли створення найскладнішої та найсучаснішої техніки (рис. 1) [3].

© Шуміліна М. Д., 2018

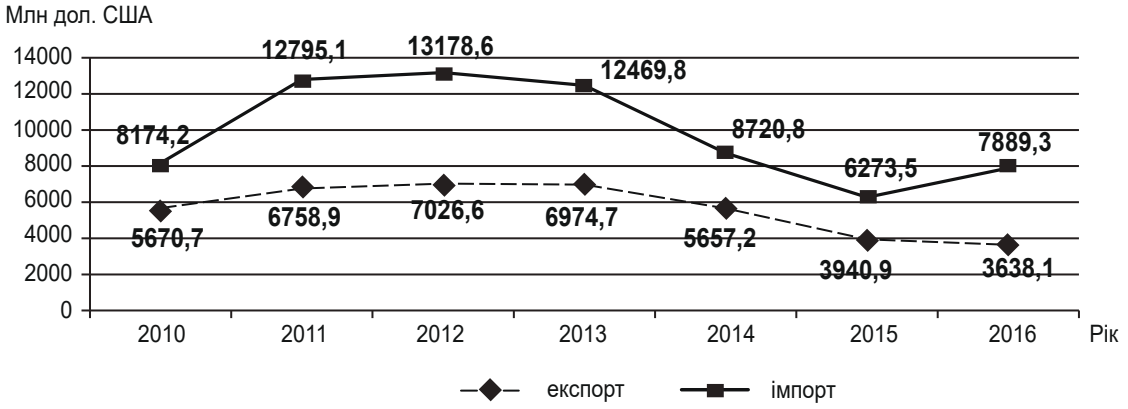


Рис. 1. **Динаміка структури експорту-імпорту товарів машинобудівної галузі, 2010–2016 рр.**

Бачимо (рис. 1), що імпорт товарів машинобудівної галузі істотно перевищує експорт. У 2010–2013 рр. спостерігалася тенденція до зростання як експорту, так і імпорту. Починаючи з 2014 р., відбулося різке падіння цих показників через перебої у торгівлі з РФ у зв'язку із політичною напруженістю. Машинобудування є найбільш залежним від російського ринку збуту серед усіх секторів економіки України (експорт виготовленої продукції до Росії становив 32 %). Через зменшення зовнішнього попиту відбулося зниження експорту продукції машинобудування, зменшення обсягів виробництва та збільшення кількості готової продукції на складах, погіршення фінансових результатів [4; 5].

Обсяг реалізованої продукції машинобудування у відсотках до всієї промисловості України є значно меншим, ніж у розвинених країнах: у 2010–2016 рр. він коливався у межах від 9,3 % до 6,1 %. Хоч обсяг реалізованої продукції машинобудування за останні роки збільшився порівняно із кризовими роками, на показники ефективності машинобудування це практично не вплинуло (табл. 1) [3].

Таблиця 1

Обсяг реалізованої промислової продукції підприємств машинобудування, 2010–2016 рр.

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
	млрд грн						
1	2	3	4	5	6	7	8
Промисловість	1043,1	1305,3	1367,9	1322,4	1428,8	1776,6	2158,0
Машинобудування	97,1	130,8	140,5	113,9	101,9	115,3	131,4
Виробництво комп'ютерів, електронної та оптичної продукції	6,7	11,5	7,9	7,5	8,1	8,8	12,4
Виробництво електричного устаткування	15,8	16,7	22,1	21,8	21,0	24,0	26,6
Виробництво машин і устаткування, не віднесених до інших угруповань	30,6	37,6	37,6	34,8	33,5	42,0	50,1
Виробництво автотранспортних засобів, причепів і напівпричепів та інших транспортних засобів	44,0	65,0	73,0	49,8	39,3	40,5	42,3

З 2013 р. галузь перебуває у кризовому стані через загальноекономічні кризові явища, воєнні дії на Донбасі, втрати традиційних ринків збуту у країнах СНД, відсутність комплексної промислової політики з боку влади.

Індекс промислової продукції можна вважати однією зі складових валового внутрішнього продукту, оскільки він виражає зміну обсягу виробництва в основних галузях промисловості країни. Вважаємо за доцільне розглянути взаємозалежність обсягу валового внутрішнього продукту та машинобудівної галузі (рис. 2) [6].

Бачимо (рис. 2), що зниження обсягу виробництва продукції машинобудівної галузі не впливає на темпи зростання валового внутрішнього продукту, що свідчить про повільні темпи розвитку машинобудівної галузі та необхідність зміцнення позицій машинобудівних підприємств на зовнішніх ринках.

Головною метою розвитку вітчизняного машинобудування є задоволення внутрішнього попиту на машинобудівну продукцію та розширення присутності на зовнішніх ринках. Цього можна досягти на підставі перетворення машинобудування у конкурентоспроможний, ефективний, високотехнологічний і сприйнятливий до інновацій комплекс, що динамічно розвивається, інтегрований у систему міжнародного розподілу праці. Однак, існують фактори, вплив яких гальмує розвиток машинобудування, серед них неповна завантаженість виробничих потуж-

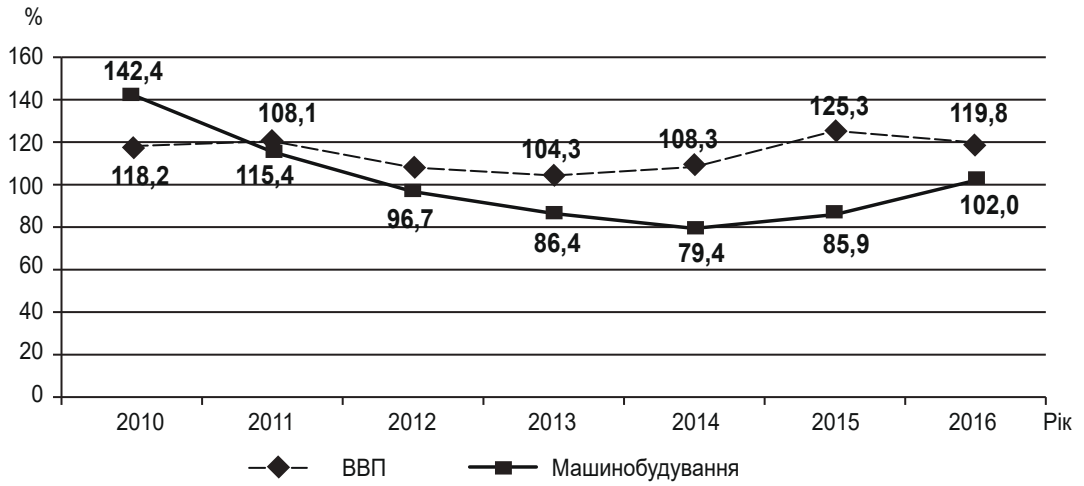


Рис. 2. **Динаміка зміни індексу промислової продукції машинобудівної галузі щодо валового внутрішнього продукту, 2010–2016 рр.**

ностей, зниження інноваційної активності підприємств, значне зношення основних засобів, низький попит на продукцію вітчизняного машинобудування на зовнішньому ринку. Для подолання цих проблем підприємствам необхідно визначити перспективи подальшого розвитку, розробити стратегії для досягнення поставлених цілей, а також заходи для підвищення конкурентоспроможності, мобілізувати фінансові ресурси для покращення їх діяльності в майбутньому.

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

Література: 1. Афанасьєв Б. В. Економіка підприємств машинобудування України: сучасний стан та перспективи розвитку. *Науковий вісник Херсонського державного університету.* 2014. № 8. С. 71–74. **2.** Дзюба М. І. Аналіз стану машинобудівних підприємств України на зовнішніх та внутрішніх ринках. *Вісник Хмельницького національного університету.* 2011. № 5. С. 208–212. **3.** Статистична інформація // Офіційний сайт Державної служби статистики України. URL: http://www.ukrstat.gov.ua. **4.** Захарова Д. С. Конкурентоспроможність вітчизняних підприємств галузі машинобудування на світовому ринку. URL: http://www.confcontact.com/2016-ekonomika-i-menedzhment/zaharova.htm. **5.** Ситуація в промисловості погіршується. URL: https://ua.korrespondent.net/business/economics/3468492-korrespondent-sytuatsiia-v-promyslovosti-pohirshuietsia. **6.** Троц І. В. Сучасний стан діяльності та перспективи розвитку підприємств машинобудування України. *Економіка та менеджмент.* 2012. № 9. С. 523–529.

ВИЗНАЧЕННЯ СТРАТЕГІЧНОГО ПОЗИЦІОНУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВА У МАТРИЦІ ФІНАНСОВИХ СТРАТЕГІЙ ФРАНШОНА–РОМАНЕ

УДК 336.67

Шуміліна М. Д.

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

Анотація. *Досліджено теоретичні та практичні аспекти використання матриці фінансових стратегій Франшона–Романе. Визначено стадію фінансового розвитку ДНВП «Об'єднання Комунар» на підставі його позиції у матриці фінансових стратегій Франшона–Романе. Проаналізовано можливі варіанти зміни фінансової рівноваги підприємства.*

Ключові слова: *підприємство, фінанси, фінансова стратегія, фінансово-господарська діяльність, результат господарської діяльності, результат фінансової діяльності, результат фінансово-господарської діяльності, позиціонування, стадія фінансового розвитку, матриця фінансових стратегій Франшона–Романе.*

Аннотация. *Исследованы теоретические и практические аспекты использования матрицы финансовых стратегий Франшона–Романе. Определена стадия финансового развития ГНПП «Объединение Коммунар» на основании его позиции в матрице финансовых стратегий Франшона–Романе. Проанализированы возможные варианты изменения финансового равновесия предприятия.*

Ключевые слова: *предприятие, финансы, финансовая стратегия, финансово-хозяйственная деятельность, результат хозяйственной деятельности, результат финансовой деятельности, результат финансово-хозяйственной деятельности, позиционирование, стадия финансового развития, матрица финансовых стратегий Франшона–Романе.*

Annotation. *Theoretical and practical aspects of the use of the matrix of financial strategies of the Franchona–Romane are investigated. The stage of financial development of SSPE «Kommunar Corporation»on the basis of its position in the matrix of financial strategies of the Franchona–Romane is defined. The possible variants of changes in the financial balance of the enterprise are analyzed.*

Keywords: *enterprise, finance, financial strategy, financial and economic activity, result of economic activity, result of financial activity, result of financial and economic activity, positioning, stage of financial development, matrix of financial strategies of Franchona–Romane.*

Основною метою діяльності підприємства є максимізація його ринкової вартості та підвищення рівня добробуту власників. Необхідною умовою досягнення цієї мети є оцінка та коригування стратегічного фінансового планування, тобто його фінансової стратегії. Фінансова стратегія підприємства посідає одне з головних місць у стратегічному наборі управління підприємством, який є системою стратегій різного типу, що формуються та розробляються підприємством на визначений період часу із урахуванням специфіки функціонування та розвитку певного суб'єкта господарювання задля досягнення поставлених цілей.

Метою написання статті є визначення стратегічного позиціонування суб'єкта господарювання машинобудівної галузі щодо результату фінансової та господарської діяльності.

Питання розробки та реалізації фінансової стратегії підприємства висвітлено у працях зарубіжних і вітчизняних науковців, серед них Портер М., Ансофф І., Бланк І., Семенов А., Ястремська О., Гриньов А., Ткачук І. та ін.

Матриця фінансових стратегій французьких науковців Франшона Ж. та Романе І. дає змогу визначати поточне положення суб'єкта господарювання з точки зору фінансового ризику, розглядати ситуацію в динаміці, визначати стратегічний напрямок фінансової стратегії підприємства залежно від зміни ключових показників його діяльності.

Для визначення позиції підприємства у матриці фінансових стратегій Франшона–Романе необхідно обчислити ключові показники: результат господарської діяльності, результат фінансової діяльності, результат фінансово-господарської діяльності [4].

Результат господарської діяльності розраховують за формулою:

$$РГД = БРЕІ – ΔФЕП – ΔОФ + ІД, \quad (1)$$

© Шуміліна М. Д., 2018

де *БРЕІ* – брутто-результат від експлуатації інвестицій;

ΔФЕП – зміна фінансово-експлуатаційних потреб;

ΔОФ – зміна первісної вартості основних фондів за звітний період;

ІД – інші доходи [3].

Результат фінансової діяльності розраховують за формулою (2):

$$РФД = \Delta ПК - Вф - ПП - Д + Дук - Вук - ФІд + Дф, \quad (2)$$

де *ΔПК* – 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 [3].

Результат фінансово-господарської діяльності (РФГД) обчислюють як суму результатів господарської та фінансової діяльності підприємства:

$$РФГД = РГД + РФД, \quad (3)$$

де *РГД* – результат господарської діяльності;

РФД – результат фінансової діяльності.

На підставі значень цих показників здійснюють позиціонування підприємства у матриці фінансових стратегій Франшона–Романе, вигляд якої подано в табл. 1 [3].

Таблиця 1

Матриця фінансових стратегій (фінансової рівноваги) Франшона–Романе

Значення показників	***РФД* < 0** **Гальмування**	***РФД* → 0** **Стабілізація**	***РФД* > 0** **Зростання**
РГД > 0 Повільне зростання	1. Батько сімейства *РФГД* → 0	4. Рантьє *РФГД* > 0	6. Холдинг РФГД >> 0
РГД → 0 Оптимальне зростання	7. Епізодичний дефіцит *РФГД* < 0	2. Стійка рівновага *РФГД* → 0	5. Атака *РФГД* > 0
РГД < 0 Форсоване зростання	9. Кризовий стан *РФГД* << 0	8. Дилема *РФГД* < 0	3. Хитка рівновага *РФГД* → 0

Бачимо (табл. 1), що лінія фінансової рівноваги підприємства проходить головною діагоналлю матриці та є спадною від квадранта 1 до квадранта 3. Тобто найсприятливішим для підприємства є його положення у квадранті 1, а найменш вигідним (у межах збереження стану фінансової рівноваги) – у квадранті 3.

Значення ключових показників для оцінки рівня фінансової рівноваги ДНВП «Об'єднання Комунар» за 2014–2016 рр. подано на рис. 1 [4].

Результат фінансової діяльності є наближеним до нуля, результат господарської діяльності є вищим за нуль, отже, ДНВП «Об'єднання Комунар» перебуваєу 4 квадранті – зоні фінансової рівноваги.

Бачимо (табл. 2), що у 2014–2016 рр. позиція ДНВП «Об'єднання Комунар» у матриці фінансових стратегій відповідала квадранту 4 «Рантьє», тобто у розпорядженні підприємства були вільні кошти для реалізації проектів за використання позикового капіталу. При цьому слід звернути увагу на динаміку ключових показників і зміну позиції підприємства у межах квадранта. Із табл. 2 видно, що тенденція зміни результату від господарської діяльності є позитивною, тобто можна стверджувати, що керівництво підприємства надає перевагу використанню власних коштів для фінансування його розвитку, дотримується принципу самофінансування [4].

Значення результату фінансової діяльності є близьким до нуля, тобто позикові кошти для фінансування розвитку підприємства практично не залучалися, що також можна пояснити їх недоступністю через високу вартість кредитних ресурсів. У такій ситуації спостерігається мінімізація рівня фінансової залежності підприємства, що в загальному випадку позитивно характеризує стан підприємства з точки зору обмеження відсоткового ризику та ризику втрати фінансової стабільності.

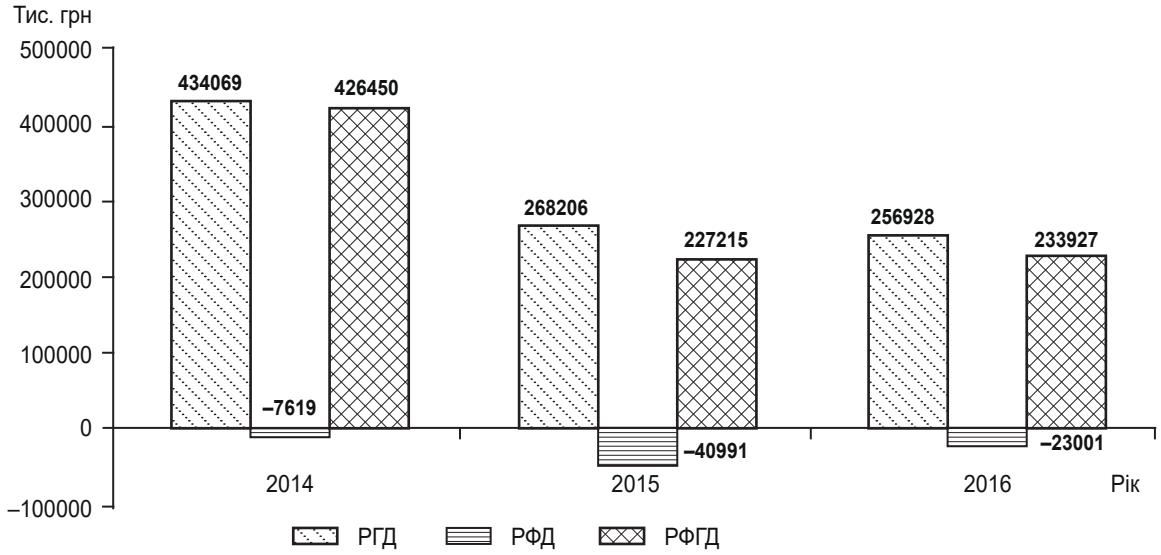


Рис. 1. **Показники матриці фінансових стратегій ДНВП «Об'єднання Комунар», 2014–2016 рр.**

Таблиця 2

Позиціонування ДНВП «Об'єднання Комунар» у матриці фінансових стратегій Франшона–Романе, 2014–2016 рр.

Показники	*РФД* < 0	*РФД* → 0	*РФД* > 0
РГД > 0	**1**	**4** 2014 → 2015 → 2016	**6**
РГД → 0	**7**	**2**	**5**
РГД < 0	**9**	**8**	**3**

З іншого боку, за мінімального залучення позикових коштів відповідно до ефекту фінансового важеля зменшується рентабельність власних коштів, тобто за такої ситуації ефективність політики управління структурою капіталу підприємства значно знижується. Тому подальша відмова від використання позикових ресурсів є необґрунтованою.

Якщо б керівництво підприємства все-таки дотримувалося прийнятого курсу на зменшення частки позикових коштів за рахунок подальшого зростання результату від господарської діяльності, у 2017 р. позиція підприємства у матриці фінансових стратегій відповідала б квадранту 1 «Батько сімейства», для підприємств якого характерною є фінансова рівновага, тобто компенсація від'ємного результату фінансової діяльності за рахунок додатного результату господарської діяльності. Однак, відмова від позикових ресурсів цілком очевидно могла стати причиною зменшення результату від господарської діяльності через розрив між термінами надходження та витрачання коштів. У такому разі у 2017 р. підприємство могло б потрапити до квадранта 7 «Епізодичний дефіцит».

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

Література: 1. Ансофф И. Стратегическое управление. М. : Экономика, 1989. 304 с. **2.** Бланк И. А. Финансовая стратегия предприятия. Киев : Ника-Центр ; Эльга, 2006. 520 с. **3.** Бутиріна В. М., Верещаєва В. А. Визначення фінансової стратегії розвитку підприємства. *Науковий вісник НЛТУ України.* 2011. № 21. С. 177–182. **4.** Горова О. О. Аналіз стратегічних альтернатив підприємства на основі позиціонування в матриці фінансової рівноваги. *Управління розвитком.* 2013. № 18. С. 110–114. **5.** Гриньов А. В., Ястремська О. М. 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. 464 с.

МАТРИЦЯ ФІНАНСОВИХ СТРАТЕГІЙ ПАТ «УКРАГРОЗАПЧАСТИНА»

УДК 65.012.23

Щебуняєв М. П.

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

Анотація. *Оцінено фінансову діяльність підприємства ПАТ «Украгрозапчастина» на підставі його позиції в матриці фінансових стратегій Франшона–Романе. Проаналізовано можливі варіанти зміни фінансової рівноваги досліджуваного підприємства.*

Ключові слова: *підприємство, організація, суб'єкт господарювання, фінанси, фінансова стратегія, фінансовий стан, результат фінансової діяльності, матричний аналіз, позиціонування, матриця фінансових стратегій Франшона–Романе.*

Аннотация. *Оценена финансовая деятельность предприятия ОАО «Украгрозапчасть» на основании его позиции в матрице финансовых стратегий Франшона–Романе. Проанализированы возможные варианты изменения финансового равновесия исследуемого предприятия.*

Ключевые слова: *предприятие, организация, субъект хозяйствования, финансы, финансовая стратегия, финансовое состояние, результат финансовой деятельности, матричный анализ, позиционирование, матрица финансовых стратегий Франшона–Романе.*

Annotation. *The financial activity of the company «Ukragrozapchast» JSC on the basis of its position in the matrix of financial strategies of Franchona–Romane is estimated. Possible variants of changes of financial balance of the investigated enterprise are analyzed.*

Keywords: *enterprise, organization, business entity, finance, financial strategy, financial condition, financial performance, matrix analysis, positioning, matrix of financial strategies of Franchona–Romane.*

Основною метою діяльності підприємства є максимізація його ринкової вартості та підвищення рівня добробуту власників. Необхідною умовою досягнення цієї мети 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 фінансової діяльності та фінансових відносин завдяки вибору найефективніших шляхів досягнення фінансових цілей, адекватного коригування напрямів формування та використання фінансових ресурсів за зміни умов зовнішнього середовища.

Питання розробки та реалізації фінансової стратегії підприємства висвітлено у працях зарубіжних і вітчизняних науковців, серед них Портер М., Ансофф І., Бланк І., Семенов А., Ястремська О., Гриньов А., Ткачук І. 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 визначення стадії фінансового розвитку підприємства торговельної галузі, оцінка наявних стратегічних альтернатив на підставі матриці Франшона–Романе, а також надання рекомендацій щодо формування оптимальної фінансової стратегії з урахуванням галузевого аспекту.

Матриця фінансових стратегій (фінансової рівноваги), розроблена французькими науковцями Франшоном Ж. та Романе І., є одним із найефективніших методичних підходів до визначення стадії фінансового розвитку підприємства й оцінки альтернативних варіантів подальшої зміни його фінансового стану.

Особливістю стратегічного фінансового аналізу є те, що він є не лише ретроспективним, але і прогнозним. Для визначення позиції підприємства у матриці фінансових стратегій Франшона–Романе необхідно обчислити ключові показники: результат господарської діяльності (РГД), результат фінансової діяльності (РФД) та результат фінансово-господарської діяльності РФГД) [5].

Для побудови матриці використовуватимемо фінансову звітність ПАТ «Украгрозапчастина» за 2013–2016 рр. Результати розрахунку показника результату господарської діяльності подано в табл. 1 [5].

Розраховані дані засвідчують, що компанія протягом усього аналізованого періоду була ліквідною. Найбільше ліквідних активів у 2014–2016 рр. компанія мала в розпорядженні у 2015 р., а мінімальним значення результату господарської діяльності було у 2016 р.

© Щебуняєв М. П., 2018

Таблиця 1

Розрахунок показника результату господарської діяльності ПАТ «Укрaгрозапчастина», 2014–2016 рр., тис. грн

Показник	Рік				
	2012	2013	2014	2015	2016
БРЕІ	24681	28857	46481	64283	45724
ПДВ	102801	125235	151993	166919	139221
МВ	55925	68356	71823	68175	66311
ВП	15882	20039	24169	25497	19145
ОП	6313	7983	9520	8964	8041
Δ ФЕП	–8638	–8011	–4078	–11494	–14142
Запроч	7953	11807	10526	11163	12018
Запкін	11807	10526	11163	12018	8789
ДЗпоч	48699	40726	42271	44970	19183
ДЗкін	40726	42271	44970	19183	16211
Крпоч	4078	8597	16872	24286	10848
Кр кін	8597	16872	24286	10848	18789
ФЕП1	52574	43936	35925	31847	20353
ФЕП2	43936	35925	31847	20353	6211
ВІ	1815	–569	9712	4941	317
ПМ	0	0	0	0	0
РГД	31504	37437	40847	70836	59549

Показник результату фінансової діяльності відображає фінансову політику підприємства: при залученні позикових коштів результат фінансової діяльності має додатні значення, без залучення позикових засобів – від'ємне. Різко від'ємне значення результату фінансової діяльності може бути компенсоване лише максимально додатним значенням результату господарської діяльності (табл. 2) [1].

Таблиця 2

Розрахунок показника результату фінансової та фінансово-господарської діяльності ПАТ «Укрaгрозапчастина», 2014–2016 рр., тис. грн

Показник	Рік				
	2012	2013	2014	2015	2016
ПК	–13517	–10664	–658	–12454	–6841
ПКп	49535	36018	25354	24696	12242
ПКк	36018	25354	24696	12242	5401
ВБ	4966	3417	2325	2175	1353
ПП	539	1414	1513	1932	696
ВД	1500	2000	3000	3000	1000
ЕА	–	–	–	–	–
СФ	40	–	–	–	–
ДФ сер	299	568	568	568	568
ОПУ	341	–	–	–	–
РФД	–20520	–18063	–8064	–20129	–10458
РФГД	10984	19374	32783	50707	49091

У 2012 р. значення показника становило –20520 тис. грн, а у 2014 році воно зросло більш ніж у 2,5 рази та становило –8064 тис. грн. Така суттєва зміна значення показника є пов'язаною зі значним скороченням темпів зменшення позикового капіталу. Однак, у 2015 р. значення показника знов зменшується до –20129 тис. грн, а у 2016 р. – зростає до –10458 тис. грн.

Аналіз результату господарської діяльності, результату фінансової діяльності та сумарного результату фінансово-господарської діяльності потрібен для виявлення величини та динаміки грошових коштів підприємства у результаті його господарсько-інвестиційної та фінансової діяльності, для оцінки його здатності відповідати за

зобов'язаннями, виплачувати дивіденди, здійснювати інвестиції в основні засоби, покривати поточні фінансово-експлуатаційні потреби, тобто мати додатні грошові потоки, оскільки жодна фірма не в змозі довго утримуватися на від'ємному значенні результату фінансово-господарської діяльності. Матриця фінансових стратегій Франшона–Романе дає змогу спрогнозувати критичний шлях підприємства на найближчі роки, намітити допустимі межі ризику та виявити поріг можливостей підприємства (рис. 1) [2].

За допомогою розрахованих показників визначимо положення ПАТ «Укрaгрозапчастина» в матриці за досліджуваний період (табл. 3) [2].

При визначенні положення підприємства в квадрантах матриці слід урахувати: якщо результат фінансової діяльності або результат господарської діяльності не перевищує 10 % (без урахування знака) від показника доданої вартості, показник розглядають як такий, що приблизно дорівнює нулю.

Таблиця 3

Визначення положення підприємства у матриці Франшона–Романе

Показник	Рік				
	2012	2013	2014	2015	2016
РГД	31504	37437	40847	52721	51106
РФД	–20520	–18063	–8064	–20129	–10458
РФГД	10984	19374	32783	50707	49091
Логічне значення РГД	РГД > 0	РГД > 0	РГД > 0	РГД > 0	РГД > 0
Логічне значення РФД	РФД < 0	РФД < 0	РФД ≈ 0	РФД < 0	РФД ≈ 0
Номер квадранта	1	1	4	1	4

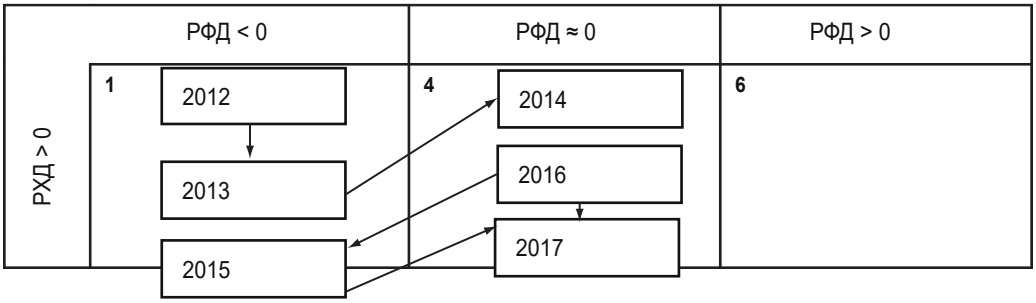


Рис. 1. **Положення ПАТ «Укрaгрозапчастина» в матриці Франшона–Романе, 2012–2017 рр.**

Як видно на рис. 1, у 2012 р. підприємство перебувало в квадранті 1 «Батько сімейства». Цей квадрант із зони успіхів, отже, темпи зростання капіталу суб'єкта господарювання є нижчими за можливі, задіяно не всі наявні резерви використання ресурсів. ПАТ «Укрaгрозапчастина» має постійні надходження коштів від господарської діяльності, тобто має стабільний прибуток [1; 5].

Таким чином, за результатами 2015 р. підприємство не змінило свого положення в матриці, але у 2013–2014 рр. відбулося покращення майже всіх показників оборотності. Отже, стан підприємства можна вважати стійким, а результати його діяльності позитивними. За таких умов у підприємства є всі шанси переміститися до квадранта 4 «Рантьє», що і відбулося у 2015 р. Таке переміщення відбувається за рахунок значного скороченням темпів зменшення позикового капіталу. У цьому випадку у 2015 р. відбулося суттєве зростання дебіторської заборгованості підприємства. Замість того, щоб вкладати кошти у власний розвиток, підприємство надає своїм споживачам товарні кредити. У 2016 р. підприємство повернулося до квадранта 1 «Батько сімейства», а у 2017 р. знову перемістилося до квадранта 4 «Рантьє», що означає наявність вільних засобів для здійснення проектів за використання позикового капіталу. Однак, підприємство не воліє вкладати їх у власне виробництво, а надає товарні кредити своїм замовникам. Із квадранта 4 підприємство може переміститися тільки до гірших квадрантів. За рахунок фінансової діяльності підприємство може лише втримуватися у цьому квадранті, але не може поліпшити свій фінансовий стан, тому для ПАТ «Укрaгрозапчастина» найкраще залишатися у цьому квадранті.

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

Література: 1. Бланк И. А. Финансовая стратегия предприятия. Киев : Ника-Центр ; Эльга, 2006. 520 с. **2.** Іванюта С. М. Антикризове управління : навч. посіб. Київ : Центр навч. літ., 2007. 288 с. **3.** Портер М. Конкурентная стратегия. Методика анализа отраслей и конкурентов. М. : Альпина Бизнес Букс, 2005. 454 с. **4.** Ансофф И. Стратегическое управление. М. : Экономика, 1989. 304 с. **5.** Гриньов А. В., Ястремська О. М. Якість формування фінансової стратегії підприємства. *Фінанси України.* 2006. № 6. С. 121–128.