

12. Gryshova I. Ju. The implementation of the principles of consumerism in the strategy of the development of business / I. Ju. Gryshova, P. V. Voronzhak, T. L. Shestakovska // Науковий вісник Полісся. – 2017. – № 2 (10). Ч. 1. – С. 41–48.

13. Gryshova I. Yu. Competitiveness of agriculture enterprises as the main factor of sustainable development of agricultural sphere [Текст] / I. Yu. Gryshova, O. V. Mityay, T. M. Gnatyeva // Український журнал прикладної економіки. – 2016. – Том 1. – № 2. – С. 25–35.

* *Наумов Олександр Борисович – доктор економічних наук, професор, професор кафедри менеджменту та маркетингу Херсонського національного технічного університету.*

* *Наумова Лариса Миколаївна – доктор економічних наук, професор, професор кафедри зовнішньоекономічної діяльності Херсонського національного технічного університету.*

Стаття надійшла до редакції 06.08.2017 р.

УДК 658.15

Юлія Цемашко *

МАТРИЧНИЙ ПІДХІД ДО ОЦІНЮВАННЯ ЕКОНОМІЧНИХ РЕЗУЛЬТАТІВ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

У статті аргументовано доцільність застосування матричного підходу для формалізації досягнутих економічних результатів та їх подальшого прогнозування в процесі формування стратегії підприємства на основі узагальнення сучасного доробку в області оцінювання економічних результатів та з урахуванням реальних потреб практики бізнес-аналізу. Наведено логіки формування осей когнітивно-аналітичної матриці, що базуються на цільовому підході та концепції BSC.

Ключові слова: результат, економічний результат, матричний підхід, когнітивно-аналітична матриця.

Цемашко Ю. С. Матричный подход к оцениванию экономических результатов деятельности предприятия.

В статье аргументирована целесообразность применения матричного подхода для формализации достигнутых экономических результатов и их дальнейшего прогнозирования в процессе формирования стратегии предприятия на основе обобщения современного опыта в области оценивания экономических результатов и с учетом реальных потребностей практики бизнес-анализа. Приведены логики формирования осей когнитивно-аналитической матрицы, которые базируются на целевом подходе и концепции BSC.

Ключевые слова: результат, экономический результат, матричный подход, когнитивно-аналитическая матрица.

Tsemashko Yu. S. Matrix approach to evaluation of economic results of the company's activity.

The article substantiates the expediency of applying a matrix approach to formalizing the achieved economic results and their further forecasting in the process of forming a company strategy based on a generalization of a modern product in the field of evaluating economic results and taking into account the real needs of business analysis practice. The logic of formation of axes of a cognitive-analytical matrix based on the target approach and the concept of BSC are given.

Keywords: result, economic result, matrix approach, cognitive-analytical matrix.

Постановка проблеми у загальному вигляді. За сучасних умов діяльності підприємств визначення та, відповідно, оцінювання економічних результатів носить багатоцільовий,

полікритеріальний та різноспрямований характер. Економічні результати виступають наслідком складної взаємодії аксіологічного, матеріально-речового, структурного, функціонального, соціального, екологічного, інституційного аспектів діяльності підприємств, що зумовлює складність їх розуміння та оцінювання. З метою вирішення актуалізованих задач оцінювання економічних результатів діяльності підприємства пропонується використання матричного підходу.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблематиці оцінювання економічних результатів діяльності підприємств присвячено праці вітчизняних та зарубіжних науковців, таких як: Р. Лангакер, В. Крофт, М. Браун, А. І. Пригожин, Є. В. Фрейдина, Т. В. Пономаренко, А. М. Турило, Д. В. Волков, О. І. Олексюк, В. Буханець, Л. Фролова та ін.

Метою статті є аргументація, на основі узагальнення сучасного доробку в області оцінювання економічних результатів та з урахуванням реальних потреб практики бізнес-аналізу, доцільності застосування матричного підходу для формалізації досягнутих економічних результатів та їх подальшого прогнозування в процесі формування стратегії підприємства.

Виклад основного матеріалу. Сучасні наукові підходи до оцінювання економічних результатів можна умовно розподілити на фінансовий, в рамках якого оцінювання здійснюються на основі фінансових показників, та змішаний – на основі синтезу фінансових та нефінансових індикаторів (як кількісних так і якісних). Як вже було зазначено, складність проблеми оцінювання економічних результатів діяльності підприємства полягає в тому, що узагальнюючою їх мірою є підсумок складної взаємодії множинності аспектів. У такій постановці задачу змістовного аналізу та формального синтезу показників економічних результатів запропоновано вирішувати на основі застосування матричного підходу, який дозволяє здійснювати логічну імітацію явищ, процесів, відносин, процедур, що відображають внутрішні причинно-наслідкові зв'язки їх формування.

Використання матричного підходу дозволяє: врахувати багатоваріантні сценарії можливостей змін у різних аспектах формування економічних результатів; оперативно отримувати аналітичну інформацію щодо змін ключових показників економічних результатів, які формують аналітичні матричні проекції, та здійснювати своєчасні корегування в процесах реалізації відповідних управлінських рішень; здійснювати інтегрування фінансових показників в процесах оцінювання економічних результатів з різних сфер діяльності підприємства; доступно, просто, упорядковано та інформативно презентувати багатоаспектні характеристики економічних результатів.

Актуалізація та пріоритетна значущість нефінансових показників в характеристиці та оцінюванні економічних результатів зумовлює відповідну адаптацію існуючого матричного інструментарію в економічному оцінюванні підприємства. Традиційно, у фінансово-економічному аналізі діяльності підприємства використовують аналітичні матриці, основою формування яких є фінансові показники. В економічному дискурсі все частіше використовують термін «когнітивна матриця», який вперше застосовано Р. Ленекером для опису конфігурації знання, що слугувало підставою значення мовної одиниці [1]. Для визначення множинності концептуальних областей (*domainmatrix*) термін «когнітивна матриця» використовується також у статті У. Крофта та Д. Круза для інтерпретації особливого формату знання – знання багатоаспектного [2]. Тобто, визначення когнітивної матриці як особливого формату знання дозволяє відобразити різні зв'язки певного елемента (концепту) з тими концептуальними областями, які слугують джерелами його змісту. Презентуючи таке розуміння в аспекті досліджуваної проблематики, можна говорити про те, що когнітивна матриця дозволить поєднати в собі декілька змістовних аспектів, на фоні яких відбувається розуміння джерел досягнення економічних результатів діяльності підприємства та проявляється їх специфіка. Компоненти когнітивної матриці мають доступ до різних концептуальних областей забезпечення досягнення економічних результатів, жодна з яких не є строго обов'язковою або домінуючою, а лише у контекстуальному взаємозв'язку пояснює їх складну багатоаспектну природу як утворення, так і прояву.

Якщо поєднати компоненти аналітичної та когнітивної матриці, то у системній взаємодії вони в змозі забезпечити формалізоване представлення якісних та кількісних

характеристик економічних результатів діяльності підприємства, з'єднують в єдиний комплекс знання про причинні фактори та засоби їх формування, а також міру та якість їх досягнення. Використання аналітично-когнітивних матриць передбачає певний перелік процедур:

- на основі поєднання методології концептуального та фінансово-економічного аналізу сформувати взаємопов'язані аспекти єдиного знання інтегрованого характеру про економічні результати діяльності підприємства;
- на визначеній основі побудувати аналітично-когнітивну матрицю;
- описати компоненти матриці як системи когнітивних контекстів або концептуальних областей, що закладаються в основу оцінювання та формалізації економічних результатів діяльності підприємства;
- на основі фінансово-економічного та концептуального аналізу представити основні характеристики економічних результатів, що інтерпретуються в межах визначених аспектів;
- встановити взаємозв'язок між характеристиками економічних результатів у різних аспектах;
- описати механізми формування економічних результатів та формалізувати актуальні діапазони їх значень на функціональних (або інших ієрархічних) рівнях.

Матриця формується на основі двох ознак, тобто на основі координат економічного простору, які кількісно та якісно характеризують відповідні параметри, що визначають рівень досягнення економічних результатів. Обґрунтування таких ознак доцільно здійснювати на основі принципів системно-синергетичної методології, яка в межах даного дослідження була закладена в основу визначення та видового упорядкування економічних результатів діяльності підприємств. Враховуючи те, що підприємство є складною відкритою соціально-економічною системою, однією з його системних властивостей є керованість, тобто здатність досягати поставленої мети. Керованість системи за своєю змістовністю є подібною до поняття досяжності, що «...характеризується можливістю виконувати задачі управління – досягати поставлені цілі» [3, с. 27]. Мета – це передбачення конкретного результату, його образ. Будь-яка мета має бути конкретизована та характеризуватися критерієм, який дозволяє робити висновки щодо рівня її досягнення. Наведена аргументація зумовлює логіку побудови однієї з осей аналітичного простору на основі цільового підходу, а формування цільових параметрів оцінювання економічних результатів діяльності підприємства пропонуємо здійснювати за критерієм ступеню об'єктивності–суб'єктивності цілей, що представлено в дослідженнях д.ф.н., професора А. І. Пригожина [4]. Професор виділяє телеомічні цілі (цілі системи), тобто такі, що забезпечують необхідний стан підприємства для досягнення поставлених цілей будь-яким суб'єктом (менеджментом, власником, державою, тощо) та цілі-завдання – об'єктивні вимоги, які має виконувати підприємство, що відображають його призначення та функції як соціально-економічного інструменту, цілі, досягнення яких забезпечує власні цілі системи і реалізацію стратегії розвитку організації [4].

Телеомічні потреби підприємств проявляються через спеціальний клас цілей, які є «вбудованими в саме існування бізнес-організації на рівні її телеомії» [4, с. 10], зміст яких полягає у забезпеченні стійкості, цілісності, прибутковості тощо, тобто такі, що необхідні для функціонування організаційних структур як самостійного фактору організацій [4, с. 6]. Цілі системи забезпечують виживання та функціонування підприємств у мінливих динамічних умовах конкурентного середовища, а результатом такого цілеполягання є стан, який характеризує здатність підприємства досягати очікуваного майбутнього, тобто «...сьогодні розглядається з післязавтра» [4, с. 13]. Такий аспект пов'язує економічні результати із організаційною здатністю підприємства здійснювати зміни зсередини.

Цілі-завдання – це об'єктивні вимоги ринку, плани, які формуються менеджментом або задаються більш широкою організаційною економічною системою та відображають призначення підприємства як соціально-економічного інструменту. При формуванні цілі-завдання у менеджменту має бути розуміння того, що її досягнення не тільки компенсує витрачені ресурси, але і забезпечить зростання організаційної здатності приймати якісно

більш складні суспільні цілі-завдання. Незважаючи на те, що телеономічні цілі забезпечують життєздатність підприємства, цілі-завдання завжди мають пріоритет над цілями системи, які задовольняються тільки через цілі-завдання. Цілі завдання та цілі системи не пов'язані між собою ієрархією, а послідовність в них прослідковується лише генетична. Між ними в основному існує паралельний взаємозв'язок суперечливої єдності. Так, наприклад, з позиції держави або власника, очевидним є примат цілей-завдань. Щодо підприємства як окремої господарюючої системи, то можуть домінувати телеономічні цілі.

Змістовна інтерпретація представлених видів цілей актуалізує потребу у формуванні відповідних показників економічних результатів, які можуть бути представлені у таких логічних сукупностях :

– показники стану підприємства, які характеризують можливості підприємства щодо досягнення поставлених цілей та бажаних (очікуваних) економічних результатів. Дана система показників дозволяє робити висновки щодо рівня розвитку організаційної здатності підприємства в цілому та його позиціонування у зовнішньому середовищі. В категоріях теорії управління економічними системами мова йде про системну ефективність управління, а параметри, що її визначають, є системними параметрами управління [3, с. 86];

– показники рівня досягнення цілей (очікуваних/бажаних) результатів та реалізації стратегії підприємства, на досягнення яких має бути спрямований управлінський вплив. Така множинність показників дозволяє оцінити рівень організації управління.

Логіка формування другої осі когнітивно-аналітичної матриці буде формуватися відповідно до змісту аналітичних проекцій збалансованої системи показників *BSC* (Табл. 1), що дозволить врахувати змістовну інтерпретацію економічних результатів діяльності підприємства в більшості змістовних ракурсах, які систематизовано в межах базових та синтетичних наукових підходів до їх визначення.

Таблиця 1.

ПАРАМЕТРИ ТА КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ ВІДПОВІДНО ДО ЛОГІКИ ЦІЛЬОВОГО ПІДХОДУ	ПРОЕКЦІЇ BSC			
	Фінанси	Клієнти	Процеси	Розвиток та навчання
1. Сукупність показників, що характеризує можливості підприємства щодо досягнення економічних результатів				
PR_{1.1}				
Kr_{1.1}	показники	показники	показники	показники
Kr_{1.2}	показники	показники	показники	показники
...	показники	показники	показники	показники
Kr_{1.n}	показники	показники	показники	показники
PR_{1.2}				
Kr_{2.1}	показники	показники	показники	показники
Kr_{2.2}	показники	показники	показники	показники
...	показники	показники	показники	показники
Kr_{2.n}	показники	показники	показники	показники
...				
PR_{1.m}				

$Kr_{m,1}$	показники	показники	показники	показники
$Kr_{m,2}$	показники	показники	показники	показники
...	показники	показники	показники	показники
$Kr_{m,n}$	показники	показники	показники	показники
2. Сукупність показників, що характеризує рівень досягнення економічних результатів				
$PR_{2,1}$				
$Kr_{1,1}$	показники	показники	показники	показники
$Kr_{1,2}$	показники	показники	показники	показники
...	показники	показники	показники	показники
$Kr_{1,n}$	показники	показники	показники	показники
$PR_{2,2}$				
$Kr_{2,1}$	показники	показники	показники	показники
$Kr_{2,2}$	показники	показники	показники	показники
...	показники	показники	показники	показники
$Kr_{2,n}$	показники	показники	показники	показники
...				
$PR_{2,m}$				
$Kr_{m,1}$	показники	показники	показники	показники
$Kr_{m,2}$	показники	показники	показники	показники
...	показники	показники	показники	показники
$Kr_{m,n}$	показники	показники	показники	показники

Умовні позначення:

PR – параметр;

Kr – критерій;

m – кількість параметрів;

n – кількість критеріїв.

Рис. 1. Формалізація матричного підходу до оцінювання економічних результатів діяльності підприємства [Авторська розробка]

У межах проєкції «Фінанси» оцінювання економічних результатів доцільно вибудовувати відповідно до прийнятої менеджментом цільової моделі, що передбачає визначення параметрів, критеріїв, та, відповідно, сукупності аналітичних індикаторів [3, с. 85–89; 5, с. 13–14]. В аспекті фінансово-економічного оцінювання формою прояву економічного результату буде стан або сукупність показників (цільовий підхід до визначення економічних результатів), їх зміна (системно-синергетичний) та характеристика в категоріях «результативності», «ефективності», «продуктивності» (когерентний підхід).

Параметри, критерії та показники, що сформовані в межах проєкції «Фінанси», з одного боку, визначають фінансові результати (форму представлення і логіку їх побудови), з іншого – є базовими при визначенні цілей та систем показників економічних результатів для проєкцій «Клієнти» та «Процеси», які є причинними у формуванні та формалізації очікуваних фінансових результатів в межах обраної цільової моделі.

Проєкція «Клієнти» дозволяє виділити пріоритетне коло стейкхолдерів, для яких створюється та пропонується цінність та сфокусуватися на сегментах діяльності, які по

суті є джерелом генерування доходів на підприємстві. В такому аспекті ідентифікація економічних результатів буде здійснюватися відповідно до їх змістовної інтерпретації в межах функціонального та споживчо-орієнтованого підходів. Як вже було зазначено, в сучасних умовах діяльності створення цінності для споживачів кінцевої продукції є обов'язковою, але недостатньою умовою успішності діяльності підприємства, досягнення очікуваних економічних результатів. Процес створення цінності виходить за межі окремого підприємства і розширює коло суб'єктів, які претендують на присвоєння вигід від створеної цінності. Проекція «Клієнти» формує логіку, відповідно до якої відбувається фокусування на процесах, що є ключовими з точки зору формування очікуваних економічних результатах.

У проекції «Процеси» фактично забезпечується збалансованість цілей та результатів діяльності підприємства. Будь-який результат є ні що інше, як рівень реалізації процесів. Результатом процесів управління є управлінське рішення, яке реалізується в бізнес-процесах. Цільові результати бізнес-процесів у своїй сукупності характеризують ефективність процесів управління як на тактичному, так і на стратегічному рівнях. Ідентифікація результатів в проекції «Процеси» може відбуватися в будь-якій з форм, але, як і в проекції «Клієнти», бізнес-процеси спрямовані на створення корисності та цінності для клієнтів.

Проекція «Навчання та розвиток» виконує забезпечуючу функцію відносно трьох попередніх проекцій [6, с. 33] та характеризує рівень розвитку внутрішнього потенціалу та інфраструктури забезпечення цільових результатів. Перелік аспектів, які оцінюються в межах даної проекції, характеризує якісний рівень розвитку персоналу, внутрішні інформаційні системи, організаційні процедури тощо. Даний перелік дозволяє зробити висновок про рівень розвитку організаційних здатностей підприємства, що відповідає стратегічно-орієнтованому підходу до визначення економічних результатів діяльності підприємства.

Формування сукупностей показників відповідно до цільового підходу та логіки *BSC* доцільно здійснювати з урахуванням описаних у наукових публікаціях вимог до побудови *KPI (Key Performance Indicators)*. В україномовних джерелах *KPI* прийнято перекладати як ключові показники ефективності, хоча точніше буде формулювання як «ключові показники результатів діяльності», так як англomовний термін «*performance*» включає в себе зміст не тільки ефективності, але і поняття результативності. В такому контексті з методологічної точки зору виправданою є орієнтація на вимоги до формування показників, які узагальнено М. Г. Брауном: необхідність взаємозв'язку з цінностями та основними факторами успіху; доцільність охоплення минулого, теперішнього та майбутнього; необхідність дотримання балансу інтересів стейкхолдерів; послідовність та охоплення усіх рівнів управління; об'єднання у зведені (інтегральні) показники; можливість ситуаційних змін; «декілька життєво важливих замість множини несуттєвих» [7, с. 17–18].

Висновки. Таким чином, запропонований матричний підхід до оцінювання економічних результатів діяльності підприємства базується на цільовому підході та концепції *BSC*, як методах кореляції різноспрямованих показників, співвідношенні коротко- та довгострокових, фінансових та нефінансових цілей, вибудовуванні взаємопов'язаних блоків причин формування економічних результатів з урахуванням балансу інтересів різних користувачів очікуваних результатів (стейкхолдерів) та, відповідно, різних аспектів (видів) діяльності. Пропонований підхід не передбачає використання конкретного переліку готових ключових індикаторів. Їх формування здійснюється відповідно до прийнятого цільового підходу, змісту проекцій *BSC* та специфіки діяльності підприємств. Такий підхід дозволяє здійснювати формалізацію економічних результатів діяльності підприємства в змістовних ракурсах, які систематизовано в межах базових та синтетичних наукових підходів до їх визначення.

Список використаних джерел:

1. Langacker R. W. *Foundations of Cognitive Grammar :Vol. 1. Theoretical Prerequisites / R. W. Langacker.* – Stanford : SUP, 1987. – 540 p.
2. Croft W. *Cognitive Linguistics / W. Croft, D. Cruse.* – Cambridge : CUP, 2004. – 356 p.
3. Фрейдина Е. В. Исследование систем управления : Учебно-методический комплекс / Е. В. Фрейдина. – Новосибирск : НГУЭУ, 2007. – 184 с.

4. Пригожин А. И. Современная социология организаций : Учебник / А. И. Пригожин. – М. : Интер-пракс, 1995. – 296 с.

5. Пономаренко Т. В. Забезпечення економічної стійкості підприємств та її оцінювання : автореф. дис. ... д-ра. екон. Наук : **08.00.04** / Пономаренко Тетяна Вадимівна. – Кривий-Ріг, 2017. – 43 с.

6. Комлев М. Х. Обеспечение качества деятельности организации на основе применения сбалансированной системы показателей : дис. ... канд. экон. Наук : **08.00.05** / Комлев Марсель Хикматович. – Санкт-Петербург, 2017. – 168 с.

7. Браун М. Г. Сбалансированная система показателей: на маршруте внедрения / М. Г. Браун; Пер. с англ. – М. : Альпина Бизнес Букс, 2005. – 226 с.

**Цемашко Юлія Сергіївна – аспірантка кафедри економіки підприємств ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана».*

Стаття надійшла до редакції 10.08.2017 р.

УДК 339.1

Анастасія Шомникова *

ІНФРАСТРУКТУРА РИНКУ МЕДИЧНИХ ПОСЛУГ В УКРАЇНІ: КЛЮЧОВІ НАПРЯМИ ВДОСКОНАЛЕННЯ

У статті проаналізовано стан інфраструктури ринку медичних послуг в Україні. Визначено ключові напрями її вдосконалення. Зосереджено увагу на розвитку державно-приватного партнерства.

Ключові слова: інфраструктура, ринок медичних послуг, державно-приватне партнерство.

Шомникова А. В. Инфраструктура рынка медицинских услуг в Украине: ключевые направления совершенствования.

В статье проанализировано состояние инфраструктуры рынка медицинских услуг в Украине. Определены ключевые направления ее совершенствования. Сосредоточено внимание на развитии государственно-частного партнерства.

Ключові слова: інфраструктура, ринок медичних послуг, державно-приватне партнерство.

Shomnykova A. V. The infrastructure of the medical services market in Ukraine: key areas for improvement.

The article analyzes the state of the infrastructure of the medical services market in Ukraine. Determine key directions for its improvement. It focuses on the development of public-private partnerships.

Keywords: infrastructure, medical services market, public-private partnership.

Інфраструктура ринку медичних послуг як система поєднує фінансові, логістичні, інформаційні, трудові ресурсні, маркетингові й організаційно-інституційні складові, що повинні підтримувати належну взаємодію учасників цього ринку з метою досягнення позитивного соціально-економічного ефекту його функціонування.

При виборі основних заходів реформування інфраструктури ринку медичних послуг в Україні необхідно визначити особливості впливу їх на кожний її елемент і на ринок загалом, а також урахувати як сприятливі, так і негативні фактори.

Актуальність даної теми підтверджується інтересом до неї з боку науковців, громадськості та держави. Питання створення та розвитку ринку медичних послуг, аналіз