

вертикальний (структурний) аналіз – передбачає вивчення показників структури фінансових результатів, тобто питомої ваги окремих видів доходів і витрат у загальному підсумку, а також оцінку змін, які відбуваються у структурі;

трендовий аналіз – визначення тренда за інформацією декількох періодів, тобто основної тенденції у динаміці показників фінансових результатів;

аналіз відносних показників (коефіцієнтів) – розрахунок відношень між окремими позиціями однієї або різних форм звітності, визначення взаємозв'язків між показниками [1, с. 33; 4, с. 65].

Під час аналізу фінансових результатів підприємства можуть використовуватися найрізноманітніші прийоми, методи та моделі. Їх кількість та широта застосування залежать від конкретних цілей аналізу та визначаються його завданнями в кожному окремому випадку. Фінансові результати підприємства можуть бути оцінені з різним ступенем деталізації залежно від цілей аналізу, існуючої інформації, програмного, технічного та кадрового забезпечення. Найбільш доцільним є виділення процедур експрес-аналізу та поглибленого аналізу фінансових результатів, де розрізняють ряд показників:

загальні показники характерні для всіх галузей економіки, специфічні – для окремих галузей;

первинні показники формуються за даними обліку планової інформації, похідні – розраховуються на базі первинних даних;

синтетичні (інтегральні) показники узагальнюють складні економічні явища та процеси;

результативний показник – це показник, що є об'єктом дослідження.

Структуризована інформація за видами діяльності, за характеристиками визначення доходів і витрат у формі № 2 "Звіт про фінансові результати" у співвідношенні до різних елементів позикового та власного капіталу дає широкую гаму кількісних і якісних параметрів одержаного кінцевого фінансового результату.

Аналіз фінансово-економічних результатів діяльності підприємства є невід'ємною частиною фінансово-економічного аналізу. До основних показників, що характеризують результативність діяльності підприємства, належать рівень отриманого прибутку (збитку) і рентабельність (збитковість). Аналіз фінансових результатів здійснюють за даними фінансової та статистичної звітності, особливо в умовах сільськогосподарських підприємств. Якість аналізу залежить від фінансової звітності, а також від компетентності керівника, який приймає управлінське рішення. Від того, наскільки якісно проведено аналіз фінансових результатів, визначено основні чинники, що його забезпечують, залежить подальша результативність діяльності підприємства.

Науковим результатом дослідження є удосконалення теоретичних засад аналізу фінансового результату сільськогосподарського підприємства за рахунок уточнення етапів аналізу та його особливостей. Перспективою подальших наукових досліджень у даному напрямі є уточнення методичного забезпечення аналізу фінансових результатів сільськогосподарського підприємства.

Наук. керівн. Мішин О. Ю.

Література: 1. Тютюнник Ю. М. Фінансовий аналіз : [навч. посібн. Ч. I] / Ю. М. Тютюнник. – Полтава : ПДАА, 2009. – 406 с. 2. Мамонтова М. А. Умови забезпечення фінансової стійкості підприємств / М. А. Мамонтова // Фінанси України. – 2008. – № 8. – С. 103–106. 3. Приса В. Й. Управління ризиком фінансової стійкості підприємства / В. Й. Приса // Фінанси України. – 2006. – № 1. – С. 67–72. 4. Борисова В. А. Методологічні основи аналізу фінансового стану підприємств агропромислового виробництва / В. А. Борисова // Фінанси України. – 2008. – № 10. – С. 63–68. 5. Крамаренко Г. О. Фінансовий аналіз і планування / Г. О. Крамаренко. – К. : Центр навчальної літератури, 2003. – 224 с. 6. Тютюнник Ю. М. Фінансовий аналіз : [навч. посібн. Ч. II] / Ю. М. Тютюнник. – Полтава : ПДАА, 2009. – 401 с. 7. Шеремет А. Д. Методика фінансового аналізу / А. Д. Шеремет, Р. С. Сайфулін. – М. : ИНФРА-М, 2001. – 181 с.

УДК 005.336

Каменюка Р. Ю.

Магістр 2 року навчання
факультету економіки і права ХНЕУ ім. С. Кузнеця

СУЧАСНІ МЕТОДИ ОЦІНКИ ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

Анотація. Наведено сучасні методи оцінки потенціалу підприємства, а саме критеріальні, експертні, графічні, математичні, логічні, одномоментні, стратегічні, індикаторні, матричні. Розглянуто різновиди методів оцінки потенціалу підприємства.

Аннотация. Представлены современные методы оценки потенциала предприятия, а именно критериальные, экспертные, графические, математические, логические, одномоментные, стратегические, индикаторные, матричные. Рассмотрены разновидности методов оценки потенциала предприятия.

© Каменюка Р. Ю., 2013



Annotation. This article presents modern methods for evaluating potential of a company, namely criterion, expert, graphic, mathematical, logical, short-term, strategic, indicated, matrix ones. The types of methods to assess enterprise potential are considered.

Ключові слова: потенціал підприємства, методи оцінки, формування потенціалу підприємства.

На сьогоднішній день ситуація на різних підприємствах досить нестабільна і завдяки оцінці потенціалу можна досягти економічної стабільності, прийняти оптимальні рішення щодо визначення обсягів виробництва, ефективного використання всіх видів ресурсів підприємства, від чого залежать фінансові результати підприємства.

Сучасними авторами, які займалися розглядом питання оцінки потенціалу, є: Краснокутська Н. С., Должанський І. З., Добикіна О. К., Рижиков В. С., Касьянюк С. В., Кокотко М. Є., Реліна І. М. та ін.

Метою статті є дослідження сучасних методів оцінки потенціалу підприємства та визначення основних з них, які можуть бути використані на підприємстві.

Для оцінки потенціалу підприємства використовуються різноманітні методи:

- 1) критеріальні;
- 2) експертні;
- 3) графічні;
- 4) математичні;
- 5) логістичні;
- 6) одномоментні;
- 7) стратегічні;
- 8) індикаторні;
- 9) матричні.

Критеріальні методи за інформаційну базу беруть абсолютні (натуральні або вартісні) значення ключових показників. За належного інформаційного забезпечення ці методи є найточнішими. Різновиди критеріальних методів: SPACE-аналіз, GAP-аналіз, LOTS-аналіз, PIMS-аналіз.

Експертні методи прості у використанні, не потребують збирання повної інформації про конкурентів, оскільки базуються на думці досвідчених фахівців. Проте перевага таких методів є водночас і їхнім недоліком, бо іноді суб'єктивізм експертів може спотворювати результати оцінки. Різновиди експертних методів: аналіз конкурентоспроможності за системою 111-555, метод американської асоціації управління, метод порівнянь [1].

Графічні методи забезпечують найвищий рівень сприйняття кінцевих результатів оцінки, інтерпретованих у графічних об'єктах (рисунках, графіках, діаграмах та ін.). Різновиди графічних методів: SWOT-аналіз, модель аналізу МакКінсі 7S.

Математичні методи базуються на факторних моделях оцінки, які полягають у розрахунку одного (інтегрального) показника або кількох цифрових значень показників, за якими формується остаточна оцінка. Ці методи вважають найточнішими, хоч іноді вони потребують обтяжливих математичних обчислень, тобто спеціальної підготовки працівників, їх різновид – метод рангів [2].

Логістичні методи є алгоритмізованими методами оцінки, які базуються на логічних припущеннях, це такі, як: STEP-аналіз, SPACE-аналіз, GAP-аналіз.

Одномоментні методи – це, по суті, статичні методи тому, що оцінюють тільки фактичний стан справ, не забезпечуючи можливості розроблення заходів на перспективу [3].

Стратегічні методи уможливають не тільки оцінку стану потенціалу підприємства на конкретну дату, а й розроблення стратегічних заходів з поліпшення цього потенціалу.

Індикаторні методи ґрунтуються на використанні системи індикаторів, за допомогою якої проводиться оцінка потенціалу підприємства і національної економіки в цілому. Під індикатором розуміють сукупність характеристик, які дають змогу у формалізованому вигляді описати стан параметрів того чи іншого об'єкта, що досліджується, і на цій підставі сформулювати рекомендації з підвищення результативності функціонування об'єкта. Кожен індикатор, у свою чергу, розпадається на низку показників, які відображають стан окремих елементів досліджуваного об'єкта [4].

Нині індикаторні методи широко використовують зарубіжні інвестори для оцінки потенціалу країни в разі потреби визначення оптимального розміщення виробництва і капіталовкладень. Міжнародна організація "Європейський форум з проблем управління" щорічно визначає рівні потенціалу розвинутих країн, користуючись системою індикаторів, яка налічує близько 340 показників і понад 100 експертних оцінок. Дані аналізу групують за 10-ма основними факторами:

- 1) динаміка економіки (економічний потенціал);
- 2) виробнича потужність промисловості;
- 3) динаміка ринку;
- 4) фінансова підтримка;
- 5) людський капітал;
- 6) імідж країни;
- 7) забезпеченість сировиною;
- 8) орієнтація на зовнішній ринок;
- 9) інноваційний потенціал;
- 10) суспільний спокій.

Кожен із цих 10-ти факторів складається з 20 – 40 оцінних індикаторів. Отже, постає складне завдання з відбору найвагоміших індикаторів для оцінки кожного щодо названих факторів, їх різновид: метод вивчення профілю об'єкта [3].

В основу матричних методів покладено ідею розгляду процесів конкуренції в їх взаємозалежності та динаміці, їх різновиди: теорія конкурентних переваг М. Портера, аналіз конкурентоспроможності фірм Ж.-Ж. Ламбена.

Використовуючи матричні методи, управлінці мають змогу оцінити рівень потенціалу не тільки свого підприємства, а й найближчих конкурентів, що допоможе розробити стратегію поведінки на ринку. Матричними методами широко користуються американські консультативні фірми, а за належного інформаційного забезпечення такі методи можуть бути надійним інструментом для оцінки потенціалу й вітчизняних підприємств.

Таким чином, у науковій літературі існує велика кількість методів оцінки потенціалу підприємства і кожний із цих методів оцінює потенціал зі своєї сторони, тобто всі методи оцінюють потенціал підприємства за різними чинниками, які необхідно враховувати для успішної діяльності підприємства як у теперішньому, так і в майбутньому. Завдяки цим методам можна побачити, що на підприємстві треба збалансувати, та на які складові треба виділити більше або менше уваги, чи то на збут продукції, чи на виробництво, або на фінансову складову, для поліпшення діяльності підприємства.

Наук. керівн. Матвієнко-Біляєва Г. Л.

Література: 1. Потенціал підприємства: формування та оцінка : навч. посібн. / О. К. Добикіна, В. С. Рижиков, С. В. Касьянюк та ін. – К. : Центр учбової літератури, 2007. – 208 с. 2. Управління потенціалом підприємства : навч. посібн. / І. З. Должанський, Т. О. Загорна, О. О. Удалих. – К. : Центр навч. літ-ри, 2006. – 362 с. 3. Репіна І. М. Потенціал підприємства: формування та оцінка : навч.-метод. посібн. [для самост. вивч.] / І. М. Репіна, О. С. Федонін, О. І. Олексюк. – К. : Вид. КНЕУ, 2005. – 216 с. 4. Краснокутська Н. С. Потенціал підприємства: формування та оцінка : навч. посібн. / Н. С. Краснокутська. – К. : Центр навч. літ-ри, 2005. – 352 с.

УДК 658.8

Бутова О. В.

Магістр 2 року навчання
факультету економіки і права ХНЕУ ім. С. Кузнеця

СУЧАСНІ ПІДХОДИ ДО ОРГАНІЗАЦІЇ ЕФЕКТИВНОЇ ЗБУТОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Анотація. Розкрито сутність поняття "ефективність збутової діяльності", розглянуто маркетинговий і логістичний підходи до оцінки ефективності процесу збуту на підприємстві, визначено функції та завдання, пов'язані зі збутом виготовленої продукції.

Аннотация. Раскрыта сущность понятия "эффективность сбытовой деятельности", рассмотрены маркетинговый и логистический подходы к оценке эффективности процесса сбыта на предприятии, определены функции и задачи, связанные со сбытом изготовленной продукции.

Annotation. The essence of the concept "marketing activity efficiency" is revealed, marketing and logistic approaches to evaluating the effectiveness of the sale process at an enterprise are considered, the functions and tasks associated with sales of manufactured products are defined.

Ключові слова: збут, управління збутовою діяльністю, маркетинг, логістика, виготовлена продукція, організація збуту.

Результатом діяльності підприємства є показники ефективності вирішення конкретних поставлених завдань, одним із найважливіших з яких є питання щодо процесу управління збутовою діяльністю підприємства в умовах посилення конкуренції на ринках збуту, підвищення витрат, які пов'язані з реалізацією та просуванням товарів, а також підвищення вимог споживачів до якості обслуговування для вітчизняних виробників [1]. Процеси збутової діяльності підприємств різних видів економічної діяльності стали більш проблематичними завдяки мінливості конкурентного середовища та посилення ризиків невизначеності в Україні та світі в цілому, що, у свою чергу, актуалізувало необхідність проведення наукових досліджень, спрямованих на пошук нових, більш оптимальних підходів до планування та організації збутової діяльності підприємств [2].

© Бутова О. В., 2013