

Павленко О.П., Григоренко Е.В.

Днепропетровский государственный аграрно-экономический университет

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ПОХОДЫ ПРИМЕНЕНИЯ НАЛОГОВЫХ ИЗМЕНЕНИЙ К СИСТЕМЕ УПРОЩЕНОГО НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ И УПЛАТЫ НАЛОГОВЫХ ПЛАТЕЖЕЙ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННЫМИ ПРЕДПРИЯТИЯМИ

Аннотация

Исследованы теоретические подходы применения налоговых изменений в систему упрощенного налогообложения сельскохозяйственными предприятиями. Также рассмотрены особенности начисления и уплаты налоговых платежей, требования к субъектам налогообложения, взаимодействие системы налогообложения и функций управления сельскохозяйственным предприятием, предложена концептуальная модель учета налоговых платежей на основе компьютерных технологий.

Ключевые слова: налогообложение, налоговые платежи, налоговая нагрузка, упрощенная система, сельскохозяйственное предприятие.

Pavlenko O.P., Hryhorenko K.V.

Dnipropetrovsk State Agrarian and Economic University

THEORETICAL APPROACHES OF TAX CHANGES USAGE TO SIMPLIFIED TAXATION SYSTEM AND PAYMENT OF TAX PAYMENTS BY AGRICULTURAL ENTERPRISES

Summary

Theoretical approaches of tax changes to the simplified taxation system by agricultural enterprises are examined. The peculiarities of calculation and payment of tax payment, requirements for subjects of taxation, interaction of the tax system and functions of agricultural enterprise management are also investigated. The authors proposed conceptual model of tax payments accounting based on computer technology.

Keywords: taxation, tax payments, tax burden, simplified system, agricultural enterprise.

УДК 657.62

ОЦІНКА ФІНАНСОВОГО СТАНУ ПІДПРИЄМСТВ КОНДИТЕРСЬКОЇ ГАЛУЗІ: СТРАТЕГІЧНИЙ АСПЕКТ

Поліщук І.Р., Колеснікова М.Л.

Житомирський державний технологічний університет

Визначено зовнішні та внутрішні фактори, що впливають на ведення господарської діяльності підприємств кондитерської галузі. Охарактеризовано основні положення облікової політики досліджуваних підприємств. Проведено оцінку їх фінансового стану за основними показниками. Визначено сильні і слабкі сторони, можливості і загрози розвитку кондитерської галузі на сучасному етапі. Наведено індикатори в системі збалансованих показників, що підвищують інвестиційну привабливість підприємств кондитерської галузі

Ключові слова: кондитерська галузь, облікова політика, фінансовий стан, система збалансованих показників, swot-аналіз, стратегія.

Постановка проблеми. В умовах широкого застосування економічних методів управління потрібно забезпечити науково обґрунтовану інвестиційну політику щодо розвитку кондитерської галузі, адже вона є однією з найрозвиненіших у харчовій промисловості України.

Частку кондитерських виробів із цукру в загальній товарній структурі зовнішньої торгівлі України протягом січня-серпня 2010-2013 рр. за даними Державної служби статистики України [9] зобразимо у вигляді табл. 1.

Тобто, загалом спостерігається поступове зменшення величини імпорту у 2013 р. порівняно з 2010 р. на 131107,40 тис. дол. США та поступове збільшення величини експорту на 65875,6 тис. дол. США. Найбільше експортували кондитерські výro-

би із цукру протягом 2012 р., а імпортували – у 2010 р.

Відсутність системного підходу до оцінки фінансового стану підприємств кондитерської галузі з врахуванням впливу зовнішнього і внутрішнього середовища відповідно до обраної стратегії не дозволяє визначити його конкурентоспроможність, рентабельність та якість продукції. У зв'язку з цим зростає практична потреба в дослідженні механізмів управління результатами діяльності.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Статистичний аналіз ринку кондитерських виробів та діяльності підприємств кондитерської галузі досліджено в працях Демченко Н.В. [3], Лазебної І. [4], водночас Андросенко О.О. [1], Мартиновський В.С., Ігнатенко В.О. [5], Рибалка О.М. [8] розкривають

Таблиця 1

Товарна структура зовнішньої торгівлі за січень-серпень 2010-2013 рр.*

Назва товару	Рік	Експорт			Імпорт		
		тис. дол. США	у% до січня-серпня попереднього року	у% до загального обсягу	тис. дол. США	у% до січня-серпня попереднього року	у% до загального обсягу
Цукор та кондитерські вироби з цукру	2010	129791,7	122,0	0,4	182274,9	449,4	0,5
	2011	152006,1	117,2	0,3	195593,3	107,3	0,4
	2012	249518,4	164,2	0,6	46026,4	23,5	0,1
	2013	195667,3	78,4	0,5	51167,5	112,2	0,1

*Джерело: розроблено авторами за даними [9]

особливості бухгалтерського відображення результатів діяльності підприємств даної галузі.

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. Необхідність вдосконалення методичних підходів до аналізу результатів діяльності підприємств кондитерської галузі для оцінки стратегічних позицій і конкурентних переваг, а також недостатня теоретична розробленість організаційно-методичних положень аналізу фінансового стану, свідчать про необхідність застосування методів стратегічного аналізу.

Мета статті. Визначити сильні і слабкі сторони, можливості і загрози розвитку кондитерської галузі на сучасному етапі, а також виявити індикатори в системі збалансованих показників, що підвищують інвестиційну привабливість досліджуваних підприємств.

Виклад основного матеріалу. Розглянемо особливості розвитку ринку кондитерських виробів в Україні. Так, Демченко Н.В. зазначає, що серед передумов розвитку галузі: вирішення внутрішньо-економічних проблем (подальше зниження регуляторного тиску, вдосконалення Податкового кодексу, митних процедур тощо); зняття обмежень на постачання українських кондитерських виробів, які запроваджені Росією, Казахстаном і Білоруссю; повна лібералізація торгівлі кондитерськими товарами з Євросоюзом. Основний обсяг поставок кондитерських виробів в Україну, традиційно, надходить із Російської Федерації та країн Євросоюзу, на які припадає 94,38% загального їх імпорту [3].

На ринку кондитерських виробів працюють близько 850 підприємств. При цьому, дві третини всього ринку і три чверті експорту контролюють 9 виробників кондитерської галузі, а саме: «Roshen», «АВК», «Конті», «Світоч» (Nestle), «Kraft Foods Україна», «Бісквіт-Шоколад», «Житомирські ласощі», «Полтавакондитер», «Світ ласощів» та ін.

За регіональним розподілом невеликих кондитерських цехів, чий успіх пов'язаний переважно з унікальністю продукції та низькою ціною на вироби, найбільші обсяги виробництва припадають на Донецьку область. Друге місце посідає Полтавська, третє – м. Київ. До п'ятірки областей-лідерів входять також Дніпропетровська та Одеська області. Найменше солодощів виробляють у Севастополі, Кіровоградській та Івано-Франківській областях [4, с. 71].

Мартиновський В.С. зазначає, що іноземні компанії почали освоювати український ринок кондитерських виробів ще в 90-х роках, купуючи місцеві працюючі компанії (KraftFoods, Nestle), і на сьогодні зайняли свої ніші на ринку. Доля компаній, що належать стратегічним іноземним інвесторам, складає 7-8% в структурі національного виробництва кондитерських виробів [5, с. 16].

Отже, на ведення господарської діяльності підприємств кондитерської галузі впливають зовнішні фактори: посилення конкурентної боротьби у галузі;

зміна споживчих уподобань; постійні зміни чинного законодавства; природні фактори (неврожай какао-бобів, цукрових буряків); коливання чисельності населення; коливання цін на паливно-енергетичні ресурси; зростання відсоткових ставок на кредити. Серед внутрішніх факторів можна виділити – швидке моральне старіння обладнання, необхідність своєчасного оновлення матеріально-технічного забезпечення; висока кваліфікація персоналу; висока частка використання реклами та розвинений маркетинг; економія на масштабах виробництва.

Для виявлення тенденцій розвитку ринку кондитерських виробів в Україні доцільно провести swot-аналіз. Так, сильними сторонами кондитерської галузі є широкий асортимент продукції; висока якість продукції (розробка та впровадження системи якості відповідно до вимог міжнародного стандарту ISO 9001); широке використання нових технологій та модернізація виробництва, введення в експлуатацію нових технологічних ліній; значні обсяги експорту в країни СНГ; вихід компанії на нові ринки збуту (Німеччина, Ізраїль, Литва, Латвія, Вірменія, Узбекистан, Азербайджан, Молдова, США, Китай); наявність українського та іноземного капіталу; висока частка інвестування в розробку продукції; висока частка використання реклами та розвинений маркетинг (наявність власних відділів маркетингу); розвинена дистрибуторська мережа; наявність корпоративних навчальних програм з урахуванням унікальності обладнання для працівників.

Слабкими сторонами є: наявність високої конкуренції у галузі та поява нових товарів субститутів; зниження обсягів виробництва (запровадження заборонних мит на ввезення карамелі і ряд інших видів кондитерської продукції країнами Митного Союзу); зниження купівельної спроможності населення в Україні; велика залежність від закордонних постачальників обладнання та матеріалів.

Серед можливостей підприємств кондитерської галузі можна виділити наступні: покращення якості та конкурентоспроможності продукції за рахунок модернізації та технічного переоснащення виробництва; розвиток рекламних технологій; збільшення експорту продукції, пошук нових ринків збуту; розвиток власної сировинної бази; впровадження ліній з переробки какао-бобів зменшать ризик спекуляції та залежності від посередників.

А загрозами розвитку кондитерської галузі є: швидке моральне старіння обладнання; не прогнозована зміна макроекономічних показників, коливання курсів іноземних валют, а також посилення конкурентної боротьби у галузі; зміна споживчих уподобань; збільшення імпорту із-за кордону; збільшення цін на сировину та енергоресурси; зміни у митному законодавстві країн-експортерів; поява у конкурентів нових технологій; політична нестабільність; нестабільність чинного законодавства; збої у поставках сировини та матеріалів; природні фактори (неврожай какао-бобів, цукрових буряків); ко-

ливання цін на природний газ та електроенергію; високий рівень відсоткових ставок.

Ми погоджуємося із думкою Рибалки О.М., який вважає, що до основних технологічних особливостей кондитерського виробництва, що впливають на методологію й організацію обліку та контролю доходів і витрат, належать: складна технологія та різноманітність способів обробки, що вимагають значних матеріальних, енергетичних і людських ресурсів; широкі можливості використання одного устаткування для виготовлення різних видів кондитерської продукції та технічного обслуговування виробництва; тісна залежність між складовими виробництва; тривалість виробничого циклу; незначні обсяги незавершеного виробництва; наявність на складах залишків готової продукції [8].

Оскільки матеріальні витрати складають найбільшу частку собівартості продукції, постає питання визначення методу оцінки запасів у місцях зберігання та на складі. Доцільним є використання таких методів як нормативний метод оцінювання за нормативними затратами та метод середньозваженої вартості.

Рибалка О.М. зазначає, що облік матеріальних ресурсів слід вести за планово-обліковими цінами, а відхилення купівельної вартості від їх вартості за обліковими цінами необхідно відображати на окремому аналітичному рахунку. За даними розрахунку, складеного у кінці місяця, відхилення списуються пропорційно до облікової вартості використаних матеріальних ресурсів на виробництво продукції. Така методика обліку дає змогу врахувати зміни цін на матеріальні ресурси як за кожною номенклатурною позицією, так і в цілому по підприємству.

Це дає можливість найбільш об'єктивно визначати результати діяльності підприємства [8].

Андросенко О.О. вказує на те, що на кожний вид готової продукції здійснюється складання калькуляції, на основі чого в подальшому здійснюється формування ціни, що впливатиме на дохід (виручку) від реалізації продукції і загалом на дохід від операційної діяльності. В кондитерській галузі особливість полягає в тому, що не складаються фактичні калькуляції на окремі найменування кондитерських виробів. Це можна пояснити тим, що на кондитерських підприємствах немає чіткої аналітики накладних затрат, не проводиться їх розподіл між окремими найменуваннями кондитерської продукції. На підприємствах кондитерської галузі (більшості з них) використовують простий (однопроцесний, однопередільний) метод калькулювання собівартості готової продукції [1].

Наступним етапом дослідження є вивчення змісту Наказів про облікову політику [7] щодо особливостей ведення обліку на підприємствах кондитерської галузі на прикладі діяльності ПАТ «Львівська кондитерська фабрика «Світоч», ЗАТ «АВК», ПАТ «Полтавакондитер», ЗАТ «Виробниче об'єднання «Конті», ПАТ «Київська кондитерська фабрика «Рошен». Так, на підприємствах застосовується журнально-ордерна форма ведення бухгалтерського обліку, причому на ПАТ «Львівська кондитерська фабрика «Світоч» облік повністю автоматизований. На ЗАТ «АВК» і ПАТ «Київська кондитерська фабрика «Рошен» розроблені робочі плани рахунків, приймаючи за основу план рахунків бухгалтерського обліку. На більшості підприємств використовуються прямолінійний метод нарахування амортизації.

Таблиця 2

Ключові фінансові відносні показники діяльності*

№ з/п	Показник	ПАТ «Київська кондитерська фабрика «Рошен»		ПАТ «Полтавакондитер»		ПАТ «Львівська кондитерська фабрика Світоч»		ЗАТ «АВК»		ПАТ «ВО КОНТІ»	
		2012	2013	2012	2013	2012	2013	2012	2013	2012	2013
1	Рентабельність продажу	6,84	8,37	16,20	17,03	7,50	6,90	3,80	3,88	0,57	0,48
2	Рентабельність власного капіталу	2,98	1,47	6,15	2,44	12,26	9,16	16,35	17,1	0,27	0,55
3	Коефіцієнт покриття	0,43	0,22	3,04	3,60	1,86	1,94	6,74	7,32	3,34	1,05
4	Рентабельність активів	2,98	15,38	3,31	1,12	9,01	5,61	4,30	3,02	0,05	0,21
5	Коефіцієнт фінансової стійкості	0,67	1,46	3,83	4,89	4,05	3,84	0,82	0,80	1,09	1,29

* Джерело: розроблено авторами за даними [7]

Таблиця 3

Проекції системи збалансованих показників ЗАТ «АВК»*

№ з/п	Назва проєкції	Характеристика
1	Проекція «фінанси»	Підприємство має потенціал до збільшення рентабельності продукції, власного капіталу, чистого грошового потоку, а також до нарощення чистого прибутку
2	Проекція «клієнти»	Висуваючи підвищені вимоги щодо якості продукції, яка виготовляється на підприємствах «АВК», керівництвом компанії було прийнято рішення про сертифікацію усієї продукції в системі УкрСЕПРО, включаючи також і продукцію, яка не підлягає обов'язковій сертифікації, та яку компанія «АВК» сертифікує добровільно.
3	Проекція «внутрішні бізнес-процеси»	Система менеджменту якості, згідно з вимогами міжнародного стандарту ISO 9001, гарантує споживачам, що продукція компанії «АВК» виготовляється в контрольованих умовах при беззаперечному виконанні всіх внутрішніх та законодавчих вимог, а також, що контроль якості продукції відбувається на усіх етапах виробництва
4	Проекція «навчання і зростання»	Значна частина прибутку планово інвестується у підвищення кваліфікації своїх співробітників. Інвестиції в професійний розвиток співробітників щороку зростають і за останні 2 роки склали понад 100 тис. гривень. Серед партнерів ЗАТ «АВК» у сфері освіти – рейтингові вузи й організації

* Джерело: розроблено авторами за даними [6]

тизації необоротних активів, нараховується резерв сумнівних боргів, а для списання запасів обрано методи: ФІФО, середньозваженої собівартості та ідентифікованої собівартості.

Правильна і достовірна оцінка роботи підприємства дозволяє підвищити його ефективність на підставі дієвості економічних важелів і стимулів, в тому числі і обраної облікової політики. Ефективність виробництва – це результативність господарської діяльності підприємства, яка досягається максимально можливим співвідношенням результатів і витрачених на їх досягнення матеріальних і фінансових ресурсів. Розглянемо ключові фінансові відносні показники діяльності досліджуваних підприємств (табл. 2).

З огляду на основні фінансові відносні показники підприємств кондитерської галузі за 2012-2013 рр. і найбільше значення рентабельності активів (одержаного прибутку припадає на 1 грн. вкладених активів (здійснених інвестицій) у 2013 р., можна стверджувати, що найбільш інвестиційно привабливим є підприємство ЗАТ «АВК».

Розглянемо систему збалансованих показників ЗАТ «АВК» в розрізі проєкцій «фінанси», «бізнес-процеси», «клієнти», «персонал і зростання» (табл. 3).

Протягом багатьох років ЗАТ «АВК» орієнтується на принципи та стандарти, прийняті в міжнародному бізнес-суспільстві, здійснюючи постійний контроль та моніторинг якості продукції протягом усього процесу виробництва, починаючи з контролю виробників сировини та закінчуючи роздрібними торговими точками. На підприємстві забезпечується виплата конкурентоспроможної винагороди співробітникам з урахуванням їх досягнень, професіоналізму, складності виконання робіт і ступеня відповідальності.

Висновки і пропозиції. В ході дослідження результатів діяльності підприємств кондитерської галузі можна зробити наступні висновки:

1. Визначення зовнішніх та внутрішніх факторів, що впливають на ведення господарської діяльності підприємств кондитерської галузі і на їх фінансовий стан, дозволило виявити перспективи їх розвитку, зокрема: можливості щодо покращення якості та конкурентоспроможності продукції за рахунок модернізації виробництва; розвиток маркетингу; збільшення експорту продукції за рахунок пошуку нових ринків збуту. Серед загроз виявлено швидке моральне старіння обладнання; не прогнозовану зміну макроекономічних показників, а також посилення конкурентної боротьби у галузі; збільшення імпорту із-за кордону; збільшення цін на сировину та енергоресурси; політичну нестабільність в країні; нестабільність чинного законодавства; природні фактори; високий рівень відсоткових ставок; зниження купівельної спроможності населення.

2. Розглянувши систему збалансованих показників ЗАТ «АВК», виявлено, що значну частину свого прибутку підприємство планово інвестує у підвищення кваліфікації своїх співробітників. Висуваючи підвищені вимоги щодо якості продукції, яка виготовляється, керівництвом було прийнято рішення про сертифікацію усієї продукції в системі УкрСЕПРО.

Перспективами подальших досліджень є удосконалення класифікації доходів і витрат, що дозволить управлінському персоналу оперативніше реагувати на зміну у структурі результатів діяльності та прогнозувати величину прибутку, що в подальшому використовуватиметься на цілі підприємства.

Список літератури:

1. Андросенко О. О. Основні підходи до калькулювання собівартості продукції на підприємствах кондитерської галузі / О. О. Андросенко [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.rusnauka.com/PNR_2006/Economics/7_androsenko.doc.htm
2. Виробництво основних видів промислової продукції за 2003-2012 рр. [Електронний ресурс]: за даними Державної служби статистики України. Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
3. Демченко Н. В. Сучасний стан справ в кондитерській галузі України / Н. В. Демченко // Діловий Вісник Торгово-промислової палати України, 2012. – № 8(219) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ukrkondprom.com.ua>
4. Лазебна І. Ринок кондитерських виробів України / І. Лазебна // Товари і ринки. – 2011. – № 1. – С. 67-76.
5. Мартиновський В. С. Сучасний стан та оцінка ефективності виробництва підприємств кондитерської промисловості України / В. С. Мартиновський, В. О. Ігнатенко // економіка харчової промисловості. – 2012. – № 2(14). – С. 14-16.
6. Офіційний сайт компанії «АВК» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.avk.ua/ua/o_kompanii
7. Регулярна інформація емітентів [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://smida.gov.ua/db/emitent/reports/xml>
8. Рибалка О. М. Узагальнення змісту доходів і витрат у системі управління підприємством / О. М. Рибалка, С. О. Бехтер [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://archive.nbuv.gov.ua/portal/Soc_gum/Dtr_ep/2009_3/files/ECON_03_2009_Ribalko_Behter.pdf
9. Товарна структура зовнішньої торгівлі України за січень-серпень 2010-2013 рр. [Електронний ресурс]: за даними Державної служби статистики України. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>

Полищук І.Р., Колесникова М.Л.

Житомирський державний технологічний університет

ОЦЕНКА ФИНАНСОВОГО СОСТОЯНИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ КОНДИТЕРСКОЙ ОТРАСЛИ: СТРАТЕГИЧЕСКИЙ АСПЕКТ

Аннотация

Определены внешние и внутренние факторы, влияющие на ведение хозяйственной деятельности предприятий кондитерской отрасли. Охарактеризованы основные положения учетной политики исследуемых предприятий. Проведена оценка их финансового состояния по основным показателям. Определены сильные и слабые стороны, возможности и угрозы развития кондитерской отрасли на современном этапе. Приведены индикаторы в системе сбалансированных показателей, повышающие инвестиционную привлекательность предприятий кондитерской отрасли.

Ключевые слова: кондитерская отрасль, учетная политика, финансовое состояние, система сбалансированных показателей, swot-анализ, стратегия.

Polishchuk I.R., Kolesnikova M.L.
Zhytomyr State Technological University

THE EVALUATION OF THE FINANCIAL POSITION OF ENTERPRISE OF CONFECTIONARY INDUSTRY: STRATEGIC ASPECT

Summary

The external and internal factors which have an influence on the enterprises' business activity in the confectionery industry have been defined. Basic principles of the accounting policy of these companies have been characterized. The evaluation of their financial position with the help of key indicators has been implemented. Strengths and weaknesses, opportunities and threats for the development of the confectionery industry at the present time have been identified. The indicators in the balanced indicators system, which increase the investment attractiveness of enterprises in confectionery industry, have been determined.

Keywords: confectionery industry, accounting policy, financial position, balanced indicators system, SWOT-analysis, strategy.

УДК 65.012.32:174.4:334.7

СУТНІСТЬ ТА НЕОБХІДНІСТЬ УПРАВЛІННЯ РЕПУТАЦІЄЮ СУБ'ЄКТІВ ПІДПРИЄМНИЦТВА

Реверчук Н.Й.

Львівський банківський інститут
Університету банківської справи Національного банку України

Дзямучич О.С.

Львівський національний університет імені Івана Франка

У статті розглянуто визначення поняття «ділова репутация». Виокремлено іміджеву, фінансову, соціальну, маркетингову та репутаційну складові елементи репутації суб'єктів підприємництва. Проаналізовано функціональну, соціальну та емоційну репутацію. Розкрито тенденції розвитку соціальної репутації бізнес-структур у світі. Досліджено необхідність та особливості управління діловою репутацією підприємств.

Ключові слова: ділова репутация, бренд, імідж, гудвіл, корпоративна культура, соціальна відповідальність, управління діловою репутацією суб'єктів підприємництва.

Постановка проблеми. Ділова репутация стала преальним ринковим чинником лише у 70-і роки ХХ ст. Саме в цей час розвинулись нові технології, появилось достатньо багато якісних продуктів і послуг. А споживачі все частіше робили свій вибір на основі критеріїв незвичності, респектабельності, економічності товарів. За даними дослідницького центру PR2B Group, 61% споживачів враховують у першу чергу репутацию компанії, а вже потім якість товарів та послуг, які вона пропонує [17]. Водночас істотних змін зазнає не тільки ринок товарів, а й ринок капіталів, ринок інвестицій. Інвестори все більше увагу приділяють діловим якостям менеджерів, інноваційному менеджменту, креативному менеджменту, менеджменту змін і тому репутация перетворилася у фінансове поняття, як важливий нематеріальний актив суб'єкта підприємництва (СП). Актуальність обраного дослідження підсилює той факт, що нині найдорожчий бренд світу – Coca-Cola – коштує більше 120 млрд. дол., проте її матеріальні активи становлять лише 5-6% від цієї суми [4, С.10]. За останні 15-20 років частка вартості ділової репутації в загальній вартості зарубіжних компаній зросла з 18 до 82%, а підвищення репутації суб'єктів підприємництва на 1%, за даними Шаркова Ф. І., забезпечує зростання ринкової вартості акцій компанії на 3% [19, с. 153]. Позитивна репутация компанії полегшує їй створення клієнтської бази, персоналу, доступ до інвестиційних та кредитних ресурсів, захищає від конкурентів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Теоретичні аспекти ділової репутації розкрито у наукових працях як вітчизняних, так і зарубіжних науковців: Азенеггер М., Горин С., Дерев'янку О., Іванов Г., Калинський О., Куценко К., Майорова Е., Родіонова О., Туріанська М. Сугність та особливості репутаційного менеджменту вивчали у своїх дослідженнях Бойцов А., Букша К., Даулінг Г., Довбенко В.

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. На сьогодні недостатньо дослідженими залишаються причини актуалізації управління діловою репутацією підприємств. Поглибленого вивчення потребує проблема структурування репутації СП за різними ознаками та з'ясування їх впливу на результати підприємницької діяльності.

Мета статті. Головною метою цієї статті є теоретичне обґрунтування сутності та особливостей управління діловою репутацією суб'єктів підприємництва в Україні.

Виклад основного матеріалу. Проблема ділової репутації, тобто репутації СП, особливо актуалізувалася в останні десятиліття ХХ ст., коли на перші місця компаній вийшли темпи зростання конкуренції на глобалізованому ринку і зменшення довіри споживачів до їх бізнесу. В цих умовах гостро постало питання про ефективне управління діловою репутацією компаній і корпорацій: або бізнеси управляють своєю репутацією, або репутация впливає на майбутні результати бізнесу. Інакше кажу-